

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza konkurence restaurace
Competitive Analysis of the Restaurant

Student: Bc. Michaela Dvorščáková
Vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.

Ostrava 2012

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Michaela Dvorščáková**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod
Téma: **Analýza konkurence restaurace**
Competitive Analysis of the Restaurant

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska analýzy konkurence
 3. Charakteristika restaurace
 4. Metodika shromažďování dat
 5. Analýza konkurence
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

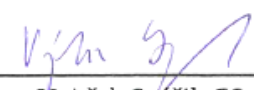
KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Přel. Š. Černá. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
PŘIBOVÁ, Marie et al. *Analýza konkurence a trhu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1998. 92 s. ISBN 80-7169-536-X.
VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.**

Datum zadání: 25.11.2011

Datum odevzdání: 27.04.2012

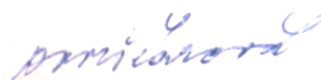

doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry




prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

„Prohlašuji, že jsem celou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně.“

V Ostravě 27. dubna 2012



Bc. Michaela Dvorščáková

Ráda bych tímto poděkovala vedoucí mé diplomové práce doc. Ing. Lence Kauerové, CSc. za vstřícnost, cenné rady a připomínky, kterými mi přispěla k vypracování této diplomové práce.

Obsah

| | | |
|----------|-------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | ÚVOD..... | 7 |
| 2 | TEORETICKÁ VÝCHODISKA ANALÝZY KONKURENCE | 9 |
| 2.1 | Pojetí konkurence | 9 |
| 2.2 | Analýza konkurence | 9 |
| 2.2.1 | Identifikace konkurentů..... | 10 |
| 2.2.2 | Cíle konkurence..... | 10 |
| 2.2.3 | Identifikace konkurenčních strategií | 11 |
| 2.2.4 | Hodnocení silných a slabých stránek konkurence..... | 11 |
| 2.2.5 | Odhad reakce konkurenta | 12 |
| 2.2.6 | Volba konkurentů | 12 |
| 2.3 | Marketing v oblasti služeb..... | 13 |
| 2.3.1 | Odlišnosti marketingu služeb | 14 |
| 2.3.2 | Marketingový výzkum ve službách..... | 14 |
| 2.3.3 | Kvalita služeb | 15 |
| 2.3.4 | Přání zákazníka v oblasti služeb..... | 16 |
| 2.4 | Mystery shopping | 16 |
| 2.4.1 | Fáze Mystery shopping | 18 |
| 2.4.2 | Techniky Mystery shopping..... | 18 |
| 2.4.3 | Základní zásady Mystery shopping..... | 19 |
| 2.4.4 | Kontrola Mystery shopping..... | 19 |
| 3 | CHARAKTERISTIKA RESTAURACE | 20 |
| 3.1 | Restaurace U Kovárny..... | 20 |
| 3.1.1 | Základní údaje | 20 |
| 3.1.2 | O restauraci | 20 |
| 3.1.3 | Organizační struktura | 21 |
| 3.2 | Charakteristika nejbližších konkurentů | 22 |
| 3.2.1 | U Johana | 22 |
| 3.2.2 | Tam Tam | 22 |
| 3.2.3 | Koliba U černého medvěda | 23 |
| 3.2.4 | U Dvou slunečnic | 23 |
| 3.2.5 | Restaurace Vyhlídka | 24 |
| 3.2.6 | Restaurace u Baďurů | 24 |

| | | |
|----------|-------------------------------------------|-----------|
| 3.3 | Analýza makroprostředí | 25 |
| 3.3.1 | Přírodní prostředí..... | 25 |
| 3.3.2 | Technologické prostředí | 26 |
| 3.3.3 | Demografické prostředí | 26 |
| 3.3.4 | Ekonomické prostředí | 27 |
| 3.3.5 | Politicko-právní prostředí..... | 29 |
| 3.3.6 | Sociálně-kulturní prostředí | 30 |
| 4 | METODIKA SHROMAŽĎOVÁNÍ DAT..... | 31 |
| 4.1 | Přípravná fáze | 31 |
| 4.1.1 | Cíl a obsah výzkumu | 31 |
| 4.1.2 | Plán výzkumu | 31 |
| 4.1.3 | Zdroje informací..... | 32 |
| 4.1.4 | Časový harmonogram | 33 |
| 4.1.5 | Výdaje spojené s výzkumem..... | 33 |
| 4.2 | Realizační fáze..... | 34 |
| 4.2.1 | Sběr dat..... | 34 |
| 4.2.2 | Zpracování dat..... | 34 |
| 5 | ANALÝZA KONKURENCE..... | 36 |
| 5.1 | Mystery shopping | 36 |
| 5.1.1 | Restaurace U Kovárny | 36 |
| 5.1.2 | U Johana..... | 40 |
| 5.1.3 | Restaurace Tam Tam..... | 43 |
| 5.1.4 | Koliba U černého medvěda | 47 |
| 5.1.5 | Restaurace U Dvou slunečnic | 50 |
| 5.1.6 | Restaurace Vyhlídka | 54 |
| 5.1.7 | Restaurace U Baďurů | 57 |
| 5.2 | Analýza výsledků výzkumu..... | 60 |
| 5.2.1 | Interiér restaurace | 61 |
| 5.2.2 | Vnější prostor – tj. budova a okolí | 62 |
| 5.2.3 | Personál | 63 |
| 5.2.4 | Jídlo | 64 |
| 5.2.5 | Dostupnost..... | 65 |
| 5.2.6 | Možnosti platby..... | 66 |

| | | |
|----------|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 5.2.7 | Polední menu..... | 67 |
| 5.2.8 | Jídelní lístek..... | 68 |
| 5.2.9 | Sociální zařízení | 69 |
| 5.2.10 | Další služby | 70 |
| 5.3 | Celkové vyhodnocení | 70 |
| 6 | NÁVRHY A DOPORUČENÍ..... | 72 |
| 6.1 | Návrhy a doporučení k faktoru INTERIÉR RESTAURACE | 72 |
| 6.2 | Návrhy a doporučení k faktoru VNĚJŠÍ PROSTOR – tj. budova a okolí..... | 72 |
| 6.3 | Návrhy a doporučení k faktoru PERSONÁL | 73 |
| 6.4 | Návrhy a doporučení k faktoru JÍDLO | 73 |
| 6.5 | Návrhy a doporučení k faktoru DOSTUPNOST | 74 |
| 6.6 | Návrhy a doporučení k faktoru MOŽNOSTI PLATBY | 74 |
| 6.7 | Návrhy a doporučení k faktoru POLEDNÍ MENU | 74 |
| 6.8 | Návrhy a doporučení k faktoru JÍDELNÍ LÍSTEK | 74 |
| 6.9 | Návrhy a doporučení k faktoru SOCIÁLNÍ ZAŘÍZENÍ..... | 75 |
| 6.10 | Návrhy a doporučení k faktoru DALŠÍ SLUŽBY..... | 76 |
| 7 | ZÁVĚR..... | 77 |
| | SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY | 79 |
| | SEZNAM ZKRATEK..... | 82 |
| | SEZNAM OBRÁZKŮ | |
| | SEZNAM TABULEK | |
| | PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE | |
| | SEZNAM PŘÍLOH | |
| | PŘÍLOHY | |

1 ÚVOD

Konkurence bezesporu patří k nejdůležitějším faktorům, které ovlivňují existenci firem na trhu. Při zkoumání konkurence je velmi nutné zjistit veškeré dostupné informace o firmách, které vyrábí stejný nebo podobný produkt. Podnik musí neustále sledovat a porovnávat své produkty, ceny, prodejní cesty a propagaci s produkty, cenami, prodejními cestami a propagací konkurenčních firem. Jedině tak může firma dosáhnout lepší konkurenční pozice na trhu.

Gastronomický trh se vyznačuje zaváděním stále nových konceptů, avšak ne všechny koncepty se v silném konkurenčním prostředí udrží. Vytvoření nového konceptu, nebo přechod z jednoho typu konceptu na druhý je možný pouze tehdy, jestliže bude projekt úspěšný, což znamená, že svou jedinečností bude kopírovat potřeby, přání a očekávání svých zákazníků.

Řada z nás využívá restaurační zařízení k posezení s přáteli, pracovnímu jednání, rodinné oslavě, či občerstvení na cestách. Restaurace patří stále k velmi využívaným zařízením a ve většině z nás zanechají chvíle strávené v příjemné restauraci milé dojmy.

Současným trendem gastronomie je jedinečnost. Na trhu mohou uspět pouze podniky, které mají dokonalou a cíleně orientovanou nabídku služeb s ohledem na demografii, měnící se životní styl a propojování jednotlivých kultur v oblasti stravování a stolování. Prostor na trhu mohou zaujmout také gastronomické a restaurační řetězce, ale stále více žádoucí je vytvářet tradiční a rodinné restaurace a hospůdky. Ideální podnik je ten, který má identitu, je jedinečný, výjimečný a má čitelnou a jasně definovanou nabídku.

Česká republika zaznamenává v posledních letech v oblasti gastronomie několik zásadních změn. Příčiny tohoto stavu jsou jak na straně poptávkové, tak i na straně dodavatelské. Důvody změn na straně poptávky jsou zřejmé. Produkty, které nabízí gastronomická zařízení, patří k těm, které jsou jednou z prvních omezovaných položek na straně spotřebitelů v období poklesu kupní síly. V období růstu kupní síly a rostoucí spotřebitelské důvěry dochází k růstu obrátu v oblasti gastronomie.

Téma diplomové práce bylo zvoleno z důvodu relativně častého využití těchto restauračních zařízení k posezení s přáteli, ale také z důvodu, že mě velmi zajímalo, jaké ohodnocení získají vybraná restaurační zařízení po vyhodnocení analýzy.

Hlavním cílem diplomové práce je zjistit, jaká je konkurenční pozice restaurace U Kovárny v porovnání se šesti největšími konkurenty ve městě Zlín, kterými jsou restaurace U Johana, Tam Tam, Koliba U černého medvěda, U Dvou slunečnic, Vyhlídka a U Baďurů. Následně navrhnout případná řešení a doporučení, jak zvýšit konkurenceschopnost vybraného podniku. Výzkum bude realizován prostřednictvím metody Mystery shopping, která patří v současné době k nejvyžívanějším technikám zjišťování kvality poskytovaných služeb.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA ANALÝZY KONKURENCE

2.1 Pojetí konkurence

Pojem konkurence vyjadřuje soupeření, soutěžení nebo hospodářskou soutěž. Konkurence má význam jak ekonomický, tak také sociální, kulturní, etický, politický atd. Je nutné si uvědomit, že konkurence je vztah dvou a více subjektů. [8]

Jestliže chce být společnost na trhu úspěšná, musí velmi dobře znát své konkurenty a snažit se, aby potřeby a přání zákazníků uspokojovala lépe než konkurence. Konkurenci lze řadit na pomezí mezi faktory, které jsou ovlivnitelné (mikroprostředí) a neovlivnitelné (makroprostředí). [1]

Společnost musí na konkurenci reagovat takovou marketingovou strategií, která jí zajistí určitou konkurenční výhodu. Vypracování správné strategie je pro společnost velmi složitý úkol, ale pro budoucnost podniku se stává úkolem nepostradatelným. [1]

2.2 Analýza konkurence

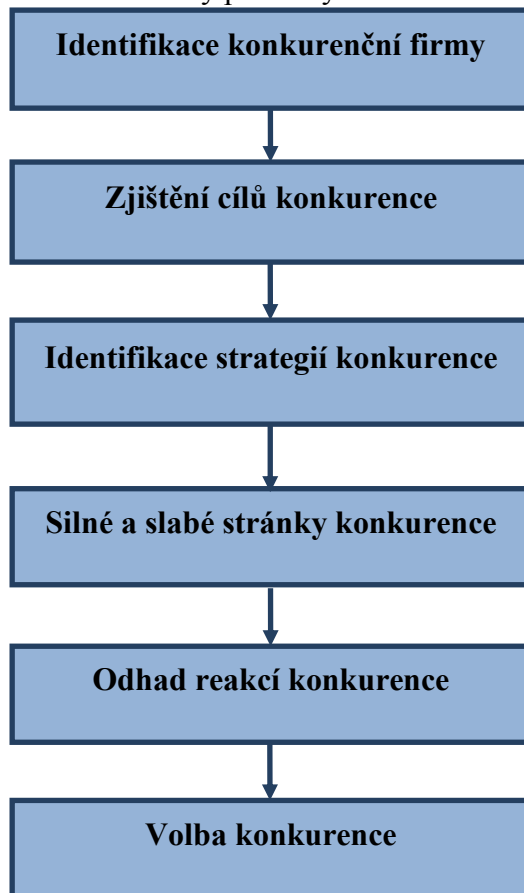
Podíl podniku na trhu ovlivňují současní konkurenti, potenciální konkurenti a substituční výrobky nebo služby. Proto je velmi důležité přesně definovat konkurenty na jednotlivých segmentech trhu, zjistit jejich sílu, rozpoznat jaké jsou jejich cíle, jejich chování, silné a slabé stránky a další prvky jejich činnosti. Velmi důležité je umět odhadnout, jak bude reagovat konkurence na činnosti firmy, na její strategii a taktiku. Sledování konkurence by proto mělo patřit k nejdůležitějším marketingovým činnostem firem. [12]

„Dobrá znalost konkurence vám umožní lépe a s vyšším ziskem prodat zboží a služby vaší firmy.“ [12, s. 23]

Ještě před tím, než začne firma tvořit strategie, které by měly vést ke konkurenčním výhodám, je nezbytně nutné, aby věděla, kdo jsou její konkurenti a co dělají. Marketingoví pracovníci hodnotí své konkurenty především podle jejich silných a slabých stránek, sledují jejich marketingové strategie a snaží se předvídat jejich další kroky. [10]

Kroky při analýze konkurence

Obr. 2. 1: Kroky při analýze konkurence



Zdroj: [6] autorem upraveno

2.2.1 Identifikace konkurentů

Identifikace konkurentů by se mohla zdát jako snadný úkol, ale opak je pravdou. Na obecné úrovni může firma definovat konkurenci podle produktů nebo služeb, které jiné firmy nabízejí stejným zákazníkům za velmi podobné ceny. Pole skutečných a potenciálních konkurentů je však mnohem větší. Je velmi pravděpodobné, že firma utrpí velké škody nejen příchodem nových konkurentů, ale také nástupem nových technologií. [4]

2.2.2 Cíle konkurence

Jakmile firma identifikuje své hlavní konkurenty, musí také zjistit, co konkurence od trhu vyžaduje a co je podnětem jejího chování. Marketér může předpokládat, že všichni konkurenti chtějí maximalizovat své zisky. Avšak tyto firmy se liší v tom, zda kladou důraz na „uspokojení“ zisku, nebo jeho maximalizaci.

Každá konkurenční firma má vlastní soubor cílů a každému tomuto cíli přiřazuje určitou důležitost. Firma chce zjistit, jakou důležitost konkurenti přikládají současným ziskům, růstu podílu na trhu, cash flow, špičkovým technologiím, službám a dalším cílům. Musí ale také zjistit, jaké jsou cíle konkurence vzhledem k jednotlivým produktům, či tržním segmentům. [6]

2.2.3 Identifikace konkurenčních strategií

Ve většině odvětví se konkurence dělí na skupiny, které mají odlišné strategie. Strategická skupina je tedy skupina firem v odvětví, které sledují na cílovém trhu stejnou nebo podobnou strategii. Jestliže firma vstoupí do jedné skupiny, tak členové této skupiny jsou si klíčovými konkurenty, ale také mohou expandovat do nových tržních segmentů. Největší konkurence probíhá ve strategické skupině, ale existuje také soupeření mezi jednotlivými skupinami.

Firma musí znát kvalitu produktů, jejich vlastnosti, marketingový mix, služby zákazníkům, cenovou politiku, distribuční politiku, prodejní strategii a komunikaci v oblasti reklamy a prodeje svých konkurentů, ale musí také sledovat vývoj konkurence a jejich výrobní, nákupní, finanční a další strategie. [6]

2.2.4 Hodnocení silných a slabých stránek konkurence

Firmy musí získat dostatečné množství informací o silných a slabých stránkách všech svých konkurentů. Podle Artura D. Littla zaujímá firma jednu ze šesti konkurenčních pozic na cílovém trhu:

- ***dominantní pozice*** – tato firma je dominantní a řídí chování ostatních konkurentů, protože má dostatek strategických možností,
- ***silná pozice*** – tato firma může provádět nezávislé akce, aniž by byla ohrožena její dlouhodobá pozice na trhu,
- ***příznivá pozice*** – tato firma má dostatek síly a prostředků zlepšit své postavení na trhu,
- ***slabá pozice*** – tato firma má nevyhovující výkon, ale existuje možnost zlepšení pozice na trhu,

- **neživotaschopná pozice** – tato firma má nevyhovující výkon a neexistuje žádná příležitost pro zlepšení této pozice. [5]

Obecně platí, že společnost sleduje tři proměnné při analýze konkurence:

- **podíl na trhu** – podíl konkurenta na cílovém trhu,
- **podíl myslí** – procento zákazníků, kteří jmenují konkurenta jako odpověď na otázku: „Jmenujte název společnosti, která Vám přijde na mysl jako první v tomto odvětví?“,
- **podíl srdce** – procento zákazníků, kteří jmenují daného konkurenta jako odpověď na otázku: „Jmenujte společnost, které byste dali při nákupu výrobku přednost?“. [5]

„Společnosti, které dokážou postupně získávat vyšší podíly myslí a srdce, dosáhnou nevyhnutelně i zvýšení tržního podílu a ziskovosti.“ [4, s. 386]

2.2.5 Odhad reakce konkurenta

Na základě identifikace cílů, strategií, silných a slabých stránek můžeme odhadnout, jaké budou pravděpodobně reakce konkurentů. Jedná se o reakce např. na snížení cen, rozšíření reklamy nebo uvedení nového výrobku na trh. Každá konkurenční firma má svou podnikatelskou filozofii, určitou kulturu a vůdčí principy. Marketéři proto musí dobře porozumět danému konkurentovi, jestliže chtějí předvídat, jaké budou jeho reakce. [6]

Každá konkurenční firma reaguje na konkurenční kroky jinak. Některé reagují výrazně nebo rychle a některé nereagují vůbec, nebo pouze na určité druhy konkurenčního boje. Vedoucí firmy na trhu se s konkurenčními firmami zpravidla nesrovnávají, ale jdou svou vlastní cestou. Tyto firmy se domnívají, že vedoucí pozici na trhu nelze získat napodobováním. Nepřemýšlejí o tom, jak zničit své konkurenty, protože věří, že úspěchu lze dosáhnout orientací na zákazníka, nikoliv na konkurenci. [27]

Velké množství firem se snaží vyhnout přímé konkurenci, jiné nemají předvídané typy reakcí na útok konkurence. V některých odvětvích jsou firmy v souladu s konkurencí a v jiných odvětvích se neustále bojuje. Jestliže firma ví, jak její klíčoví konkurenti reagují, může najít způsob jak nejlépe útočit nebo jak nejlépe bránit současnou pozici firmy. [6]

2.2.6 Volba konkurentů

Jakmile firma provede analýzu cílů, strategií a silných a slabých stránek konkurenta, může se zaměřit na útok na jednu z následujících tříd konkurentů:

- ***silné nebo slabé*** – firma se zaměřuje na slabé konkurenty, protože na získání jednoho procentního bodu podílu potřebuje méně prostředků. Firma by se měla soustředit i na silné konkurenty, protože i silní konkurenti mají svá slabá místa,
- ***blízké nebo vzdálené*** – firmy se soustředí na konkurenty, kteří se jim nejvíce podobají, ale měly by brát v úvahu také vzdálené konkurenty,
- ***„dobré“ nebo „špatné“*** – v každém odvětví se najdou „dobří“ a „špatní“ konkurenti. Společnosti by proto měly podporovat své dobré konkurenty a vést útoky na ty špatné. Dobří konkurenti hrají podle pravidel, mají realistické předpoklady pro růst odvětví, stanovují rozumné ceny vzhledem k nákladům, dávají přednost zdravému odvětví, soustředí se na část nebo segment odvětví, motivují ostatní ke snižování nákladů a přijímají úroveň svého tržního podílu a zisků. Špatní konkurenti se snaží si svůj podíl koupit, přijímají velká rizika, investují do nadměrných kapacit a narušují rovnováhu v odvětví. [4]

2.3 Marketing v oblasti služeb

Zájem o sféru služeb s sebou přinesl množství rozdílných názorů na povahu služeb, a jejich marketing. Mnoho autorů se snažilo najít správnou a konečnou definici služeb, ale zatím žádná z nich nebyla dosud uznána za adekvátní. Službu tedy můžeme definovat takto:

„Služba je činnost, která v sobě má určitý prvek nehmataelnosti a vyžaduje určitou interakci se zákazníkem nebo s jeho majetkem. Výsledkem služby není převod vlastnictví. Služba může vést ke změně podmínek a její produkce může či nemusí být úzce spojena s fyzickým produktem.“ [9, s. 14]

Lze rozlišit čtyři kategorie nabídky služeb:

- ***pouze hmatatelné zboží*** – tento produkt není doprovázen žádnými službami,
- ***hmatatelné zboží s doprovodnými službami*** – mají zvýšit přitažlivost zboží pro spotřebitele,
- ***důležitá služba s doprovodnými menšími výrobky a službami,***
- ***pouze služba.*** [9]

2.3.1 Odlišnosti marketingu služeb

Velmi důležitou odlišností je, že vlastnostem služeb na rozdíl od výrobků, chybí patentová ochrana, standardizace, vzorky, obaly, vlastnický vztah a dlouhodobé uspokojení v určitém časovém období.

Další zvláštností je velký vliv sociálního marketingu, který se soustředí na užitečnost výrobku či služby celé společnosti, nikoliv pouze jednotlivce. Nehmatatelnost služeb způsobuje větší společenskou odpovědnost firem.

Klade se také větší důraz na interní marketing, který je typický pro firmy poskytující kvalitní služby. Nezbytné je, aby interní marketing předcházel externímu marketingu. Interní marketing vnímá podnik jako poskytovatele a spotřebitele služeb, kde jeden poskytuje službu druhému pouze v rámci podniku. Klade důraz na školení zaměstnanců a motivační systém. Cílem je, aby zaměstnanci pochopili poslání firmy.

Charakteristickou odlišností je také marketing vztahů, který se snaží zajistit tvorbu dlouhodobých a dobrých vztahů se zákazníky, dodavateli, zaměstnanci, obchodními partnery, správními orgány a veřejností.

Podstatnou zvláštností je také interaktivní marketing. U služeb je velmi důležitá interakce mezi obsluhujícím a zákazníkem. Zaměstnanec, který poskytuje službu, musí být mnohem vstřícnější a pohotovější, protože jeho úkolem je přesvědčit zákazníka, že jeho očekávání a poskytovaná služba jsou v souladu. V praxi často není jasné, kdo je obsluhující a kdo je platící zákazník. [11]

2.3.2 Marketingový výzkum ve službách

„Marketingový výzkum můžeme definovat jako spojení firmy poskytující služby s trhem prostřednictvím informací. Informace jsou systematicky získávané, analyzované a jejich interpretace slouží jak pro řízení marketingových činností firmy, tak i pro řízení firmy samotné.“ [13, s. 79]

Cílem marketingového výzkumu ve službách je především omezení nejistoty při rozhodování o činnostech firmy, ale také dosažení správné kombinace prvků marketingového mixu a sledování a kontrola marketingových aktivit.

Marketingový výzkum slouží také k řízení a plánování činností firmy. Zabývá se výhodami a nevýhodami dalších částí plánování. Velmi důležitá je kontrola vývoje marketingového plánu. Výzkum pomáhá při měření a hodnocení výsledků. [2]

2.3.3 Kvalita služeb

Dříve pro mnoho firem nebyla kvalita tím nejdůležitějším faktorem. Později bylo ale zjištěno, že nejvyšší kvalita služeb, tedy to, že služby plní svůj účel, který plnit mají, je pro obchodní úspěch stále více důležitá. Následně se společnosti rozhodly, že zákazníka budou uspokojovat prostřednictvím služeb, které mají fungovat tak, jak jsou propagovány. To znamená, že služby budou poskytovány rychleji a efektivněji. [29]

Kvalita služby je velmi subjektivní. Závisí především na individuálních potřebách a očekáváních. Měření úrovně kvality závisí na mnoha kritériích. Tato kritéria se nazývají jakostní charakteristiky. Jsou velmi těžko kvalifikovatelná a liší se podle organizace, poslání, povahy zákazníků, kategorií služby a důležitostí služby atd. [11]

$$\text{Kvalita služby} = \text{skutečná služba} - \text{očekávaná služba}$$

Lze rozlišit šest hlavních kritérií, podle kterých lze hodnotit kvalitu služeb:

- ***spolehlivost*** – je schopnost vykonat danou službu na požádání zákazníka a její trvalé zajištění na požadovanou dobu,
- ***hmatatelnost*** – fyzické vybavení, zařízení a oblečení pro zaměstnance,
- ***důvěryhodnost a kompetence zaměstnanců*** – důvěra, dovednosti, znalosti, které musí mít při provádění určité služby,
- ***přístup a chování k zákazníkovi*** – zdvořilost, respekt, kultivovanost, přátelskost a ohled k zákazníkovi,
- ***dostupnost služby*** – dostupnost služby na vhodném místě, v určité kvalitě a optimální dobou čekání.

Při výběru služby se zákazník rozhoduje především podle ceny. Tento faktor způsobuje, že dochází k cenové konkurenci u poskytovatelů stejné služby. Je proto nutné, aby firma přišla s odlišnou nabídkou, než jakou nabízí konkurence. [11]

2.3.4 Přání zákazníka v oblasti služeb

Orientaci na zákazníky mají ve své vizi a strategii mnohé firmy. Těch, které to myslí vážně a skutečně podle toho postupují, už je podstatně méně. Kdo zná přání zákazníků a umí je uspokojit, má šanci získat náskok před konkurencí.

Každý zákazník chce být v centru pozornosti obsluhujícího personálu. Postoj tradičního zaměstnance říká, že ke spokojenosti je třeba splnit všechny úkoly podle předpisů. Podle moderního poskytovatele služeb je zaměstnanec spokojený až tehdy, je-li spokojený zákazník.

Přáním zákazníka je, aby poskytovatel služby dobře znal jeho požadavky a přání. Zaměstnanci ve službách by se tedy měli proměnit ze znalců služeb ve znalce zákazníků. Jestliže má být zákazník skutečně v centru pozornosti, pak služba je prostředek, jak učinit zákazníka šťastným.

Zákazník chce komunikovat pouze s kompetentními osobami. Problém je v tom, že ne všichni zaměstnanci podávají stejný výkon ve službách, ne všichni jednají se zákazníky stejně přívětivě a profesionálně. A dokonce ani tentýž pracovník nepodává stejně profesionální a kvalitní výkon neustále, den co den, hodinu co hodinu. Při náboru nových pracovníků do služeb je třeba vedle odborné kompetence důrazněji než dosud dbát na vůli a schopnost orientace na zákazníka.

Přáním zákazníka je také, aby orientace na zákazníka byla všudypřítomná a probíhala napříč celým podnikem.

Posledním přáním zákazníka je, aby stížnosti a reklamace byly brány vážně a byly uspokojivě a rychle vyřešeny. Pozitivní řešení stížností a reklamací v sobě skrývá daleko větší potenciál udržení zákazníků, než je všeobecně známo. Dobré a rychlé řešení stížnosti nebo reklamace vyvolává v zákazníkovi pozitivní reakci. [15]

2.4 Mystery shopping

„Jedná se o výzkumný postup, který je dlouhá léta uplatňován v nejrůznějších, hospodářských, státních a jiných organizacích. Cílem je pomoci institucím, které mají v pracovní náplni stanoveny určité zásady a normy ve vztahu k zákazníkům, kontrolovat

dodržování těchto norem a zásad, aby bylo možno jak normy, tak jejich naplňování srovnávat s konkurenčními institucemi a nalézat cesty k jejich zlepšování a dodržování.“ [1, s. 70]

Mystery shopping je metoda, pomocí níž pověření „zákazníci“ sledují nesprávné obchodní praktiky, ale také nekalé aktivity zaměstnanců. Mystery shopping není pouze metoda, která poskytuje zprávy o realitě poskytovaných služeb společností, ale především vede obchodníky k lepšímu přístupu ke svým zákazníkům. Budování jejich spokojenosti a následně i loajality je jedním z prvořadých strategických cílů pro každého prodejce či poskytovatele služeb. [28]

Mystery shopping neboli „fiktivní nakupování“ je výzkumnou technikou, která slouží k zjišťování kvality poskytovaných služeb. Můžeme také říci, že se jedná o pohled na maloobchodní síť očima zákazníka. [17]

Slouží k identifikaci nedostatků v procesu obsluhy na všech místech, kde dochází ke kontaktu se zákazníkem. Jedná se o trvalý nástroj, jak zvyšovat úroveň kvality. [17]

Tato metoda je založená na předstíraném zájmu „utajeného zákazníka“ o služby a produkty. Hlavním cílem „utajeného zákazníka“ je hodnotit úroveň obsluhy zákazníků nebo kontrolovat plnění předem stanovených standardů. [17]

Je realizován prostřednictvím „Mystery shoppera“, který hodnotí řadu faktorů kontaktu obchodníka se zákazníkem. Ten v roli zákazníka sleduje ochotu personálu, rychlost, přesnost a množství předávaných informací, dodržování interních předpisů, šíři a úroveň nabídky a celkový dojem z prodejního prostředí. Fiktivní zákazník plní předem stanovené úkoly a porovnává kvalitu poskytovaných služeb v rámci prodejní sítě nebo s konkurencí. [20]

Po celou dobu návštěvy se Mystery shopper chová přirozeně a neprozrazuje, že realizuje výzkum. Zkoumaná osoba tedy neví, že je testována a tak nemůže dojít ke zkreslení jejího jednání a chování. Jakmile Mystery shopper opustí prodejnu či pobočku vyplní formulář, který zachycuje objektivní i subjektivní hodnocení. Hodnocení doplní o komentáře a vlastní dojmy z výzkumu. [19]

2.4.1 Fáze Mystery shopping

Realizace a uskutečnění výzkumu Mystery shopping probíhá v následujících čtyřech fázích:

- **Fáze I – příprava projektu**

Jedná se o nejdůležitější část, která probíhá v těsné spolupráci firmy, která má zájem o průzkum úrovně poskytovaných služeb, a agentury, která realizuje samotný průzkum. V první řadě jsou stanoveny cíle projektu, dále sestavení scénáře a dotazníku, označení etických zábran, časový harmonogram, předběžné vyčíslení nákladů, předložení ceny a podpis smlouvy mezi firmou a agenturou pro provedení procesu Mystery shopping. [11]

- **Fáze II – vlastní tajný nákup**

Tajní zákazníci navštíví, telefonicky nebo jiným způsobem (např. poštou, elektronickou poštou) kontaktují daný podnik. Chovají se podle předem připraveného scénáře. Provedou průzkum dotazováním nebo přímo realizují nákup podle časového plánu pro zjištění kvality služeb nebo nákupní proces. Ihned po skončení návštěvy nebo ukončení kontaktu se zaměstnancem, vyplní Mystery shopper hodnotící list. [11]

- **Fáze III – vyhodnocení tajného nákupu a sestavení zprávy**

Agentura vyhotoví zprávu, ve které popíše zjištěné skutečnosti, stanoví silné a slabé stránky společnosti a podá návrhy k nápravě nedostatků zkoumané společnosti. [18]

- **Fáze IV – prezentace výsledků**

Agentura předá zkoumané společnosti zprávu v papírové podobě, na CD nebo v podobě osobní prezentace. [18]

2.4.2 Techniky Mystery shopping

- (mystery) pozorování,
- (mystery) návštěvy,
- (mystery) telefonické rozhovory,
- (mystery) maily či faxy,
- (mystery) návštěvy webových stránek. [25]

2.4.3 Základní zásady Mystery shopping

Základním předpokladem Mystery shopping je to, že zkoumaný objekt v době zkoumání neví, že je zkoumán. Jestliže by zkoumaný objekt věděl, že je zkoumán, mohlo by to vést k jeho nepřírozenému chování a také k znehodnocení výsledků.

Jestliže je Mystery shopping veden profesionálně a zaručuje dodržování práv zkoumaného objektu, jedná se o činnost platnou a legitimní. Výzkumníci musí zajistit, aby byla respektována důvěrnost a aby získané informace nepoškodily nebo neznevýhodnily zkoumaný subjekt v jeho činnosti. Mystery shopping musí být vždy v souladu s legislativou na ochranu osobních údajů.

Tato metoda nesmí být využívána pro podporu distribuce nebo prodeje. Poznatky Mystery shopping nemohou být využívány ke kárným opatřením ani k znevýhodňování zúčastněných jednotlivců.

Ve všech případech je nutné postupovat podle platné legislativy a jurisdikce, která se týká odlišných technik Mystery shopping. [25]

2.4.4 Kontrola Mystery shopping

Realizace kontroly Mystery shopping je velmi komplikovaná, a to zejména časově a finančně. Při realizaci výzkumu externími pracovníky je vhodné v zadání práce předepsat časový interval, kdy má být výzkum proveden a kontrolovat interními zaměstnanci agentury především příchod tazatele a dobu strávenou na místě. [25]

3 CHARAKTERISTIKA RESTAURACE

3.1 Restaurace U Kovárny

3.1.1 Základní údaje

Logo restaurace:



| | | |
|-------------------------|-------------------------------------------------|---------------|
| Název: | Restaurace U Kovárny | |
| Sídlo: | Lešetín I/610, 760 01 Zlín | |
| Právní forma podnikání: | Živnost ohlašovací řemeslná | |
| Identifikační číslo: | 44003145 | |
| Majitel podniku: | Zbyněk Bařa | |
| Kontakty: | Tel.: 577 219 900, e-mail: hospudka@ukovarny.cz | |
| Webové stránky: | www.ukovarny.cz | |
| Otevírací doba: | Po – Pá | 11.00 – 23.00 |
| | So | 15.00 – 23.00 |
| | Ne | 15.00 – 22.00 |

3.1.2 O restauraci

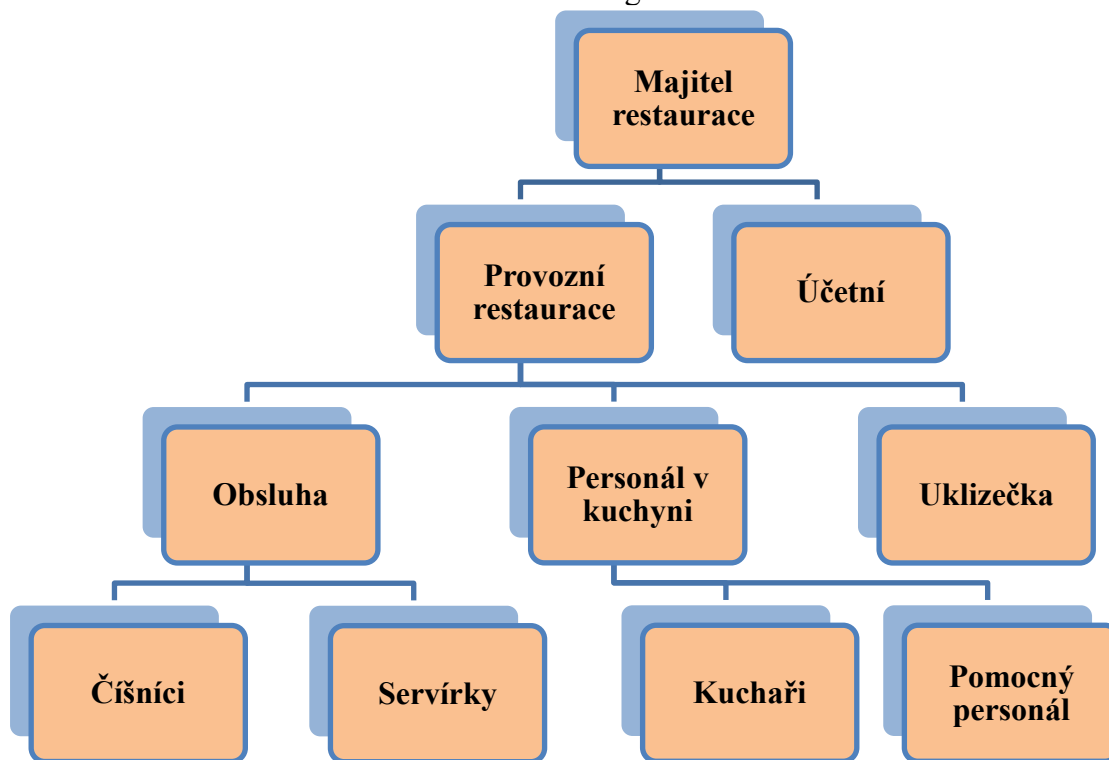
Restaurace se nachází v centru města Zlína a je restaurací spíše rodinného typu. Při rozhodování o názvu restaurace dali její majitelé na radu místních starousedlíků a sousedů, kteří si ještě pamatovali, že naproti této restauraci dříve stála kovárna. Proto se restaurace dneska jmenuje U Kovárny. Restaurace byla založena v roce 1993 a v roce 2008 se stala první restaurací ve Zlíně, která se stala dobrovolně nekuřáckou.

V jídelním lístku restaurace můžete nalézt nabídku tradičních českých pokrmů, ale také moderní trendy úpravy jídel se zárukou čerstvosti všech používaných surovin.

Předností restaurace je, že nabízí výborné pivo z pivovaru Černá hora a Plzeňský Prazdroj, které čepují na jeden zátať tzv. „na hladinku“. Tento způsob je málo rozšířený především na Moravě, ale přitom se jedná o nejlepší a nejšetrnější způsob čepování piva. Výsledkem je výborně načepované pivo o ideální teplotě 7°C a s krásnou pěnou podobnou mléku.[13]

3.1.3 Organizační struktura

Obr. 3. 1: Organizační struktura



Zdroj: vlastní zpracování

Majitelem podniku je Zbyněk Baťa, který dohlíží na dodržování všech bezpečnostních a hygienických podmínek a plnění pracovních povinností zaměstnanců. Účetnictví vede manželka majitele restaurace Zuzana Baťová. Majiteli podřízená je provozní restaurace, která je odpovědná za plynulý chod restaurace. V současné době je v restauraci zaměstnáno 10 zaměstnanců, z nichž dva jsou číšníci a dvě servírky, dva kvalifikovaní kuchaři, pomocná síla v kuchyni, uklizečka, provozní restaurace a účetní. V případě nutnosti, najímá majitel restaurace brigádníky na výpomoc.

3.2 Charakteristika nejbližších konkurentů

3.2.1 U Johana



Otevírací doba

| | |
|---------|-------------|
| Po – Čt | 11.00-23.00 |
| Pá – So | 11.00-24.00 |
| Ne | 11.00-22.00 |

Restaurace U Johana je stylovou restaurací, která se nachází na okraji města Zlína. Restaurace je jedinečná svým rozmístěním. Je rozdělena do pěti různě zařízených místností. Již názvy těchto místností napovídají, jak bude místnost vypadat. V jednotlivých místnostech se můžete cítit jako na chalupě, v pohádce, na zámku, v kupeckém voze nebo na rynku.

Restaurace nabízí jak vybranou světovou kuchyni, tak také krajové speciality s příjemným posezením. Od roku 1998 připravuje grilovaná kolena, která jsou u hostů velmi oblíbená.

Součástí restaurace je malý penzion, který nabízí ubytování s nádechem pohodlí dnešní doby, stylizované ve dřevě s příjemnou domácí atmosférou.[23]

3.2.2 Tam Tam



Otevírací doba

| | |
|---------|--------------|
| Po – Čt | 9.00 – 23.00 |
| Pá – So | 9.00 – 24.00 |
| Ne | 9.00 – 22.00 |

Restaurace se nachází v samém centru města Zlína a je součástí nákupního centra Zlaté jablko. Je z velké části nekuřácká, s výjimkou odděleného salonku a letní terasy.

Restaurace nabízí převážně světovou kuchyni, ale samozřejmě je také nabídka české a regionální kuchyně. Zakládá si na tom, že veškeré pokrmy jsou vyrobeny s láskou a péčí, a z nejlepších a nejčerstvějších surovin.

Restaurace má svěží a moderní interiér, který podtrhuje krásný výhled na zlínské náměstí Míru.[26]

3.2.3 Koliba U černého medvěda



Otevírací doba

| | |
|---------|---------------|
| Po – Čt | 11.00 – 23.00 |
| Pá - So | 11.00 – 0.00 |
| Ne | 11.00 – 22.00 |

Historie restaurace sahá až do poloviny minulého století. V té době byla postavena pravá valašská roubená koliba, která se nacházela na okraji lesa kopce Tlusté hory s nezapomenutelným výhledem na Zlín. Počátkem devadesátých let došlo k požáru, po kterém v letech 1991 - 1993 následovala velká rekonstrukce.

Restaurace nabízí kulinářské zážitky jak tradičních, tak světových specialit připravovaných na otevřeném ohništi. Příjemné prostředí pro slavnostní příležitosti a nezapomenutelnou atmosféru zajistí při pravidelných večerech živá hudba.

Restaurace nabízí možnost příjemného ubytování v malém penzionu. Penzion pro svou kvalitu služeb a klidné prostředí v přírodě, ale přesto v blízkosti centra města, bývá navštěvován mnoha hosty.[14]

3.2.4 U Dvou slunečnic



Otevírací doba

| | |
|---------|---------------|
| Po – Čt | 11.00 – 23.00 |
| Pá – So | 11.00 – 0.00 |
| Ne | 11.00 – 23.00 |

Restaurace se nachází v blízkosti centra města Zlína. Celá restaurace se skládá z několika částí. První částí je stylová restaurace, která nabízí příjemné posezení u krbu. Restaurace je plně nekuřácká a klimatizovaná, což ocení především rodiny s dětmi. Pro děti se zde nachází minikoutek s hračkami.

Restaurace nabízí především českou a slovenskou kuchyni, ale také speciality na dřevěném uhlí.

Další část tvoří Sport Bar, který ocení především sportovní fanoušci. Je možné zde sledovat sportovní přenosy na video projekcích a televizních obrazovkách.

Poslední částí je zahrádka s dětským hřištěm, která je otevřena v jarních a podzimních měsících. V tomto období je otevřena právě proto, že je krytá a v případě chladného počasí je tento prostor vyhříváný tepelnými zářiči. [22]

3.2.5 Restaurace Vyhlídka



Otevírací doba

| | |
|---------|---------------|
| Po – Ne | 11.00 – 22.00 |
|---------|---------------|

Restaurace se nachází v blízkosti centra města Zlína v místní části Jižní Svahy. Restaurace je celá včetně terasy nekuřácká. Kromě jedinečného výhledu na město Zlín nabízí také domácí kuchyni v klidném a nekuřáckém prostředí, denní nabídku i speciality, ale také posezení u krbu, venkovní posezení, free wifi a kryté parkoviště.

Zaměřuje se především na českou kuchyni. Její snahou je, nabídnout kvalitní jídlo za příznivou cenu. Hlavními prioritami tedy jsou kvalitní suroviny a poctivá práce a proto také kuchaři absolvují pravidelné kurzy v Pražském kulinářském institutu. [24]

3.2.6 Restaurace u Baďurů



Otevírací doba

| | |
|---------|---------------|
| Po – Čt | 10.30 – 21.00 |
| Pá – So | 10.30 – 0.00 |
| Ne | 10.30 – 21.00 |

Restaurace u Baďurů je rodinnou restaurací, která byla založena v roce 2004. Nachází se v klidném prostředí části Zlína zvaném Jaroslavice.

V jídelním lístku restaurace najdete především českou kuchyni s velkým množstvím pokrmů z vepřového i kuřecího masa, ryb, těstovin, bezmasá jídla, saláty a dezerty.

Raritou této restaurace je nabídka velkých porcí kvalitního jídla, a tím se stává velmi oblíbeným místem pro lidi, kteří se chtějí dobře najíst v klidném prostředí, posedět s přáteli, s rodinou, či si jen tak zajít na pivo. Snahou restaurace je zajistit kvalitní, pestré, zdravé a hodnotné stravování všem zákazníkům.

Restaurace nabízí možnost zajistit stravovací a gastronomické služby pro rodinné oslavy, svatby, rauty a firemní večírky s možností dovozu či pořádání přímo v prostorách restaurace. [21]

3.3 Analýza makroprostředí

Tato kapitola je věnována analýze makroprostředí, protože každá firma, která působí na trhu je vlivům makroprostředí vystavena. Toto makroprostředí představuje nepředvídatelné, nebo jen velmi málo předvídatelné vlivy okolí. Makroprostředí zahrnuje velké množství prvků, které jsou vzájemně provázané a ovlivňují schopnost podniku vytvářet a rozvíjet vztahy s ostatními firmami na trhu.

Makroprostředí jako celek zahrnuje:

- přírodní prostředí,
- technologické prostředí,
- demografické prostředí,
- ekonomické prostředí,
- politicko-právní prostředí,
- sociálně-kulturní prostředí.

3.3.1 Přírodní prostředí

Přírodní prostředí vytváří základní potenciál pro podnikání a vymezuje a případně omezuje podnikatelský prostor.

Česká republika je vnitrozemský stát, který leží ve střední Evropě. Město Zlín je statutární město na východě Moravy. Leží v údolí řeky Dřevnice na rozhraní Hostýnských a Vizovických vrchů. Je centrem Zlínského kraje.

Přírodní prostředí zahrnuje takové přírodní zdroje, které jsou potřebné pro výrobu nebo jinou činnost firmy. Velmi důležité jsou ekologické požadavky a nároky na úsporu surovin a energií, jejich nedostatek a obnovitelnost. [7]

Přírodní prostředí se potýká s nedostatkem surovin, zvýšeným stupněm znečištění, ale také se stále zvyšujícími náklady na energii a v neposlední řadě také se státními zásahy v řízení přírodních zdrojů.

Velkým problémem v současné době je poškozování kvality životního prostředí. Proto by se i restaurace U Kovárny měla soustředit na to, jak zbytečně neplýtvat energií a nepoškozovat životní prostředí.

Velmi důležitým faktorem je ekologie, kterou musí každá firma stále více respektovat. Výroba a prodej ekologických výrobků představuje pro firmu určitou ekonomickou zátěž, ale na druhou stranu si výrobou a prodejem ekologických výrobků buduje dobrou pověst. [7]

3.3.2 Technologické prostředí

Technologické prostředí je jeden z nejsilnějších vnějších vlivů, který zahrnuje změny v surovinách, výrobcích a výrobních postupech. Podniky proto musí neustále sledovat změny v technologiích a musí vymyslet, jak pomocí těchto nových technologií budou moci lépe uspokojovat potřeby a přání zákazníků.

Velmi rychlý rozvoj internetu a nových informačních technologií v minulých letech způsobil, že si bez využití těchto technologií jen stěží dokážeme představit jakoukoliv lidskou činnost, ale také fungování podniků.

Jestliže dokáže podnik neustále reagovat na nové technologie, tak to pro něj může znamenat určitou konkurenční výhodu. V opačném případě by se měl snažit, aby jeho výrobky či poskytované služby byly alespoň na úrovni výrobků nebo služeb konkurence.

Nové technologie pronikají do všech odvětví a restaurace nejsou výjimkou. Proto je velmi důležité, aby restaurace neustále sledovaly nové trendy v této oblasti a respektovaly je.

3.3.3 Demografické prostředí

Analýza konkurence restaurací bude realizována v České republice, konkrétně ve městě Zlín. Proto jsem se zaměřila především na ukazatele týkající se kraje, okresu a města

Zlína, ale také jsem neopomněla stav celé České republiky, protože navštívit restauraci ve Zlíně mohou i obyvatelé z jiných krajů, okresů a měst.

Podle údajů Českého statistického úřadu měla Česká republika k 30. září 2011 10 548 527 obyvatel. Ke stejnému datu měl Zlínský kraj 589 743 obyvatel, což je ve srovnání s předchozím rokem méně. V okrese Zlín k datu 30. června 2011 žilo 192 465 obyvatel, z toho bylo 93 576 mužů a 98 889 žen. Počet obyvatel ve městě Zlín se pohyboval v roce 2011 okolo 76 000 obyvatel. Počet obyvatel se rok od roku snižuje kvůli odtrhávání některých městských částí od Zlína. [12]

Celkový přírůstek obyvatel v České republice v 1. až 3. čtvrtletí roku 2011 byl 15 800 obyvatel. V 1. pololetí roku 2011 se ve Zlínském kraji došlo k úbytku obyvatel o 440 osob. V okrese Zlín došlo ke stejnému datu k úbytku obyvatel o 174 osob. Ve městě Zlíně se k 31. prosinci 2010 narodilo 831 dětí, zemřelo 773 osob, přistěhovalo se 1049 osob a vystěhováno bylo 1352 osob. Přírozený přírůstek obyvatel byl tedy 58 osob, došlo také k migračnímu úbytku 303 osob. Celkový úbytek osob ve Zlíně byl 245 osob. [12]

Restaurace se musí také zaměřit na to, jaká je jejich cílová skupina z hlediska věku. Restaurace navštěvují především mladí lidé, ale také rodiny s dětmi a lidé vyššího věku.

K 31. prosinci 2010 byl průměrný věk obyvatel České republiky 40,8 roku. Věkový průměr u mužů byl 39,3 roku, u žen byl tento průměr vyšší 42,3 roku. V okrese Zlín ke stejnému datu byl tento průměr 41,2 roku. K 1. lednu 2011 byl věkový průměr ve městě Zlín u mužů 39,4 roku a u žen 42,8 roku. [12]

Velmi důležitým ukazatelem pro restaurace ve Zlíně je také hustota obyvatel, protože restaurace ve Zlíně budou navštěvovat především lidé z tohoto města. Průměrná hustota zalidnění k 31. březnu 2010 v České republice byla 133 obyvatel na km². Hustota obyvatel ve Zlínském kraji byla ke stejnému datu 149,1 obyvatel na km². Hustota zalidnění v okrese Zlín byla 186,7 obyvatel na km². [12]

3.3.4 Ekonomické prostředí

Znalost ekonomických činitelů je velmi důležitá, právě proto, že velmi ovlivňují kupní sílu obyvatel. Tyto faktory také umožňují odhadnout, jaká bude poptávka v současné době, ale také v budoucnu.

Pokles výkonnosti ekonomiky negativně ovlivnil míru nezaměstnanosti v České republice, která v lednu roku 2012 vzrostla na 9,1 %. Celkový počet uchazečů o zaměstnání se zvýšil o 5,0 % na 534 089 osob. Nárůst nezaměstnanosti byl způsoben především sezónními faktory, ale také uzavřenými pracovní poměry na dobu určitou do konce roku 2011.

Úřady práce ve Zlínském kraji evidovaly k 31. prosinci 2011 celkem 29 418 uchazečů o zaměstnání. Ve srovnání s koncem předchozího roku se počet nezaměstnaných snížil o 3 968 (o 11,9 %). K 31. lednu 2012 byla míra nezaměstnanosti ve Zlínském kraji 9,74 %. Ve městě Zlín byla tato míra ke stejnému datu 7,85 %. [16]

Průměrná míra inflace v roce 2011 v České republice byla 1,9 %. Spotřebitelské ceny vzrostly meziměsíčně v prosinci 2011 proti listopadu 2011 o 0,4 %. Tento nárůst způsobil především další nárůst cen potravin a nealkoholických nápojů, který byl v prosinci nejvyšší v roce 2011. V meziročním vyjádření vzrostly spotřebitelské ceny ve 4. čtvrtletí 2011 proti 4. čtvrtletí 2010 o 2,4 %. Zpomalení cenového růstu nastalo zejména v dopravě, kde růst cen pohonných hmot zpomalil na 7,2 % (z 12,0 % v listopadu 2011). Důvodem bylo výrazné meziměsíční zvýšení cen pohonných hmot o 4,6 %. [12]

Velmi důležitým faktorem, který by restaurace měly sledovat je také výše mzdy, jelikož návštěva restaurace není levnou záležitostí. Od výše mzdy se může odvíjet také návštěvnost restaurací.

Průměrná hrubá měsíční nominální mzda v České republice ve 3. čtvrtletí 2011 na přepočtené počty zaměstnanců v národním hospodářství činila celkem 24 089 Kč, což je o 562 Kč (2,4 %) více než ve stejném období roku 2010. Proti předchozímu čtvrtletí vzrostla průměrná mzda ve 3. čtvrtletí 2011 po očištění od sezónních vlivů o 0,5 %. Ve sféře podnikání, průměrná hrubá měsíční nominální mzda reálně vzrostla o 0,9 %, mimo podnikatelskou sféru reálně poklesla o 0,7 %. [12]

V 1. pololetí 2011 činila průměrná měsíční hrubá mzda ve Zlínském kraji 20 810 Kč, která byla přepočítána na plně zaměstnané osoby. Ve srovnání se stejným obdobím předcházejícího roku se zvýšila o 776 Kč, tj. o 3,9 %. [12]

Provozování a samotnou činnost restaurací řadíme mezi služby, proto je také velmi důležité vědět, jak se vyvíjí tržby v oblasti služeb.

Ve 4. čtvrtletí roku 2011 sezónně očištěné tržby ve službách reálně mezičtvrtletně stagnovaly a klesly celkem o 1,5 procenta. V oblasti ubytování, stravování a pohostinství se tržby snížily o 2,4 procenta. Pokles byl způsoben především vývojem tržeb ve stravování a pohostinství, kde bylo zaznamenáno snížení o 6,5 procenta. Naopak v ubytování tržby vzrostly o 5,5 procenta. [12]

Velmi důležitým ukazatelem pro vývoj restaurací je také hrubý domácí produkt. Hrubý domácí produkt je celková peněžní hodnota statků a služeb vytvořená za dané období (obvykle jeden kalendářní rok) na určitém území (obvykle stát). Jeho snížení či zvýšení může příznivě, ale také nepříznivě ovlivnit návštěvnost restaurací.

Hrubý domácí produkt očištěný o cenové, sezónní a kalendářní vlivy vzrostl ve 4. čtvrtletí roku 2011 meziročně o 0,5 %. Ve srovnání s předchozím čtvrtletím pak naopak klesl o 0,3 %. Za rok 2011 vzrostl HDP o 1,7 %, v průběhu roku přitom postupně ztrácel na tempu. [12]

3.3.5 Politicko-právní prostředí

Pro veškeré podnikání je velmi důležité dodržovat zákony, nařízení, předpisy a další normy, které jsou vydávány státem a z velké části ovlivňují podnikání. Povinnosti podniků vymezuje platná legislativa České republiky. Jelikož je Česká republika od 1. května 2004 členem Evropské unie musí dodržovat také předpisy Evropského společenství a platné vyhlášky pro stravovací služby. Hlavním cílem je chránit spotřebitele, ale také zájmy celé společnosti.

Také restaurace U Kovárny není výjimkou a musí tyto zákony, nařízení, předpisy a normy dodržovat. Patří sem především Ústava České republiky a Listina základních práv a svobod. Dále musí restaurace také dodržovat Živnostenský zákon, Obchodní zákoník, Občanský zákoník, Zákoník práce, Zákon o mzdě, Zákon o pojistném na sociální zabezpečení, Zákon o zdravotním pojištění, Zákon o daních z příjmu, Zákon o nemocenském pojištění zaměstnanců, Zákon o ochraně spotřebitele atd. Musí také dodržovat množství právních předpisů z oblasti životního prostředí, výrobků a služeb, hygienických a jiných nařízení.

Restaurace dodržuje tyto zákony, nařízení, předpisy a další normy a řídí se jimi jak z důvodu beztrestnosti, tak také z důvodu dobrého jména podniku, které je zárukou čestnosti.

3.3.6 Sociálně-kulturní prostředí

Sociálně-kulturní prostředí zahrnuje národní, kulturní a etické zvyky a pravidla, etiku, hodnoty, tradice a kulturní hodnoty, náboženství a filozofii, povolání, výši příjmů, sociální úroveň rodin, zájmy atd.

Sociálně-kulturní prostředí ovlivňuje celkový charakter nákupního a spotřebního chování. Jedná se především o podobu poptávky, postoj k výrobkům, k reklamě, podniku, ale také motivaci ke spotřebě.

Toto prostředí představuje takové faktory, které ovlivňují chod podniku v takovém směru, že např. s rostoucí úrovní vzdělání obyvatel poroste zároveň úroveň příjmů obyvatel a tím může dojít ke zvýšení návštěvnosti restaurací.

V mnoha zemích ovlivňuje nákupní chování náboženství. V České republice mají velké zastoupení ateisté, proto nemusíme náboženské podněty na českém trhu příliš sledovat. Na restauraci U Kovárny tedy nemá náboženství žádný vliv.

Velmi důležitým faktorem je také emancipace žen v České republice, která je velmi vysoká. [7]

Lidé na celém světě hledají prostředky a způsob jak zvýšit úroveň svého života, což se promítá do všech oblastí včetně nároku na kvalitu stravování. V současné době je velkým trendem zdravý životní styl, který souvisí také s restauracemi a zdravým stravováním.

4 METODIKA SHROMAŽĎOVÁNÍ DAT

Tato kapitola je věnována metodice shromažďování dat, která je nezbytnou součástí analýzy konkurence.

Metodiku shromažďování dat lze členit na dvě fáze tj. přípravnou a realizační. Součástí přípravné fáze je stanovení cíle a obsahu výzkumu, zdrojů informací, časového harmonogramu a výdajů spojených s výzkumem. Realizační fáze zahrnuje sběr dat a zpracování těchto dat.

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Cíl a obsah výzkumu

Hlavním cílem výzkumu je definovat a analyzovat největší konkurenty restaurace U Kovárny a na základě výsledků výzkumu navrhnou případná doporučení na zvýšení konkurenceschopnosti restaurace na trhu gastronomie.

Výzkum byl proveden prostřednictvím metody Mystery shopping s využitím hodnoticího listu. Hodnoticí list obsahuje deset velkých skupin kritérií, kterými jsou interiér restaurace, vnější prostor tj. budovu a okolí, personál, jídlo, dostupnost, možnosti platby, polední menu, jídelní lístek, sociální zařízení a další služby. V rámci těchto velkých skupin kritérií je nadefinováno celkem 43 kritérií k hodnocení vybraných restauračních zařízení.

Pomocí metody Mystery shopping, která byla realizována pouze ve městě Zlín, bylo hodnoceno následujících šest největších konkurentů restaurace U Kovárny:

- U Johana,
- Tam Tam,
- Koliba U černého medvěda,
- U Dvou slunečnic,
- Vyhlídka,
- Restaurace U Baďurů.

4.1.2 Plán výzkumu

Vybraná restaurace byla navštívena vždy ve všední den v odpoledních hodinách. V každé restauraci bylo objednáno stejné jídlo a nealkoholický nápoj, aby bylo možné

porovnat chuť a kvalitu jídla v jednotlivých restauračních zařízeních. V navštívené restauraci byla objednána polévka v podobě vývaru a kuřecí steak se zeleninovým salátem. V každé restauraci bylo vysloveno jedno speciální přání, které se týkalo jiného složení pokrmu, než je uvedeno v jídelním lístku, nebo jiné přání, které restaurace běžně nenabízí, aby bylo možné zjistit, jaká je vstřícnost a ochota personálu splnit vyslovené přání.

Chování v restauraci bylo přirozené, aby personál nepoznal, že se jedná o výzkum. V restauraci byla sledována kritéria, která byla předem nadefinována v hodnotícím listu. Ihned po odchodu z restaurace byly všechny zjištěné poznatky zaznamenány do tohoto listu.

4.1.3 Zdroje informací

Ve výzkumu byly využity primární i sekundární zdroje informací. Primární údaje byly získány pomocí Mystery shopping ve vybraných restauračních zařízeních, jejichž seznam a základní údaje jsou uvedeny v následující tabulce. Sekundární údaje, které byly využity v této práci, byly získány především z internetu a webových stránek vybraných restaurací.

Tab. 4. 1: Hodnocené restaurace

| Název | Adresa | Kontakt |
|--------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------|
| U Kovárny | Lešetín I/610, 760 01 Zlín | 577 219 900, hospudka@ukovarny.cz |
| U Johana | Vizovická 362, 765 01 Zlín | 577 018 282, info@ujohana.cz |
| Tam Tam | náměstí Míru 174, 760 01 Zlín | 733 689 865, zlin@tamtam-restaurant.cz |
| Koliba U černého medvěda | U zimního stadionu 4092, 760 01 Zlín | 577 436 908, recepce@koliba-zlin.cz |
| U Dvou slunečnic | Sokolská 5147, 76001 Zlín | 577 436 522, udvousedlunecnic.zlin@seznam.cz |
| Vyhlička | Okružní 5491, 760 05 Zlín | 733511187, rezervace@vyhlidka.com |
| U Baďurů | Na Vrše 296, 760 01 Zlín-Jaroslavice | 577 019 465, jirkabadura@email.cz |

Zdroj: vlastní zpracování

4.1.4 Časový harmonogram

Následující tabulka znázorňuje činnosti, které byly realizovány v určitých časových intervalech. Celý výzkum probíhal od října roku 2011 do dubna roku 2012.

Tab. 4. 2: Časový harmonogram

| Činnost | Měsíc | | | | | | |
|--------------------|---------------|------------------|------------------|---------------|--------------|----------------|---------------|
| | Říjen 2011 | Listopad 2011 | Prosinec 2011 | Leden 2012 | Únor 2012 | Březen 2012 | Duben 2012 |
| Definování cílů | X | | | | | | |
| Plán výzkumu | | X | X | | | | |
| Sběr dat | | | | X | X | X | |
| Zpracování dat | | | | | X | X | |
| Analýza dat | | | | | | X | X |
| Doporučení | | | | | | | X |

Zdroj: vlastní zpracování

4.1.5 Výdaje spojené s výzkumem

Realizace výzkumu byla spojena s určitými výdaji. Za hlavní položku výdajů celého rozpočtu lze považovat útratu v jednotlivých restauračních zařízeních, která se pohybovala okolo 250 Kč. Další část výdajů tvořil tisk a kopírování hodnotících listů. Jiné výdaje při realizaci výzkumu nevznikly.

Tab. 4. 3: Výdaje spojené s výzkumem

| Výdaje | Částka |
|--------------------------------|----------------|
| Návštěvy restaurací | 1750 Kč |
| Tisk a kopie hodnotících listů | 15 Kč |
| CELKEM | 1765 Kč |

Zdroj: vlastní zpracování

4.2 Realizační fáze

4.2.1 Sběr dat

Prvotně byly získány sekundární údaje, které byly získány prostřednictvím internetu a webových stránek vybraných restaurací.

Sběr primárních informací potřebných pro hodnocení restauračních zařízení probíhal v měsících leden až březen roku 2012. Dané údaje byly získány návštěvou vybraných restauračních zařízení, které se nachází ve městě Zlín.

V restauracích byla hodnocena kritéria, která byla předem nadefinována v hodnotícím listu. Pro hodnocení jednotlivých kritérií bylo nutné zvolit hodnotící stupnici. Byla zvolena stupnice 1 - 5, přičemž 1 vyjadřuje velmi nevyhovující, 2 spíše nevyhovující, 3 vyhovující, 4 spíše vyhovující a 5 velmi vyhovující. Některá kritéria mají pouze možnosti odpovědi ANO či NE, přičemž odpověď ANO disponuje 5 body a odpověď NE 1 bodem. Tato možnost byla zvolena v případech, kdy je využití stupnice 1 – 5 nevyhovující. Přiřazení bodů k jednotlivým částem stupnice vyjadřuje následující tabulka.

Tab. 4. 4: Stupnice číselného hodnocení

| Stupnice | Body |
|--------------------|------|
| Velmi nevyhovující | 1 |
| Spíše nevyhovující | 2 |
| Vyhovující | 3 |
| Spíše vyhovující | 4 |
| Velmi vyhovující | 5 |
| Ano | 5 |
| Ne | 1 |

Zdroj: vlastní zpracování

4.2.2 Zpracování dat

Získané údaje byly zpracovány pomocí programu MS Excel. Pomocí programu byla zpracována a vyhodnocena předem nadefinovaná kritéria v hodnotícím listu, kterými jsou interiér restaurace, vnější prostor tj. budovu a okolí, personál, jídlo, dostupnost, možnosti

platby, polední menu, jídelní lístek, sociální zařízení a další služby. Vybrané restaurace mohly získat maximální počet 215 bodů a minimální počet 43 bodů.

5 ANALÝZA KONKURENCE

Následující kapitola je rozdělena na tři části. V první části je provedena analýza konkurence pomocí metody Mystery shopping, v druhé části jsou zaznamenány výsledky výzkumu pomocí grafického znázornění a ve třetí části je znázorněno celkové hodnocení restaurací a jejich následné umístění.

5.1 Mystery shopping

V této kapitole je provedena analýza konkurence vybraných restaurací ve městě Zlín. V diplomové práci bylo hodnoceno deset hlavních kritérií, které zahrnují další dílčí faktory, které by mohly být důležité pro návštěvníka restaurace.

Pro větší přehlednost jsou výsledky, které byly získány prostřednictvím metody Mystery shopping, zaznamenány do tabulek. V každé tabulce je uvedeno hodnocené kritérium, hodnocení tohoto kritéria a bodové ohodnocení.

Tab. 5. 1: Jednotlivé části tabulky

| Hodnocené kritérium | Hodnocení kritéria | Bodové ohodnocení |
|---------------------|--------------------|-------------------|
|---------------------|--------------------|-------------------|

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.1 Restaurace U Kovárny

Interiér restaurace

Tab. 5. 2: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Restaurace je dobře prostorově rozmístěna. Restauraci dělí na dvě místnosti dva velké zděné oblouky, které slouží jako dekorace, ale také průchod mezi místnostmi. Výhodou těchto zděných oblouků je, že slouží obsluze jako průhled od baru do druhé místnosti. V první části restaurace se nachází 3 stoly a v druhé části, která je větší se nachází 7 stolů. Celkově je zde 60 míst k sezení. Jednotlivé stoly jsou od sebe dostatečně vzdáleny, což umožňuje hostům soukromí, ale také obsluze dobrý přístup ke stolům. | 5b |
| Stylovost | Restaurace je prezentována jako klasická domácí hospůdka s příjemným posezením. Prostředí restaurace je útulné a laděné do starého plzeňského stylu. V tomto stylu se zde nachází velké množství dekorací, starožitností a obrázků na stěnách. | 5b |

| | | |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Čistotu restaurace nelze považovat za její silnou stránku. Podlaha byla špinavá, dekorace se starožitnostmi, kterými je restaurace vybavena, byly zaneseny prachem. Na stropěch se také nacházely pavučiny, které nepůsobily v jinak příjemné prostředí, hezky. | 1b |
| Rozdělení do sekcí | Není zde rozdělení do sekcí, restaurace je plně nekuřácká. Prostor pro kuřáky je vyhrazen před vstupem do restaurace, kde se nachází velký popelník. | 3b |
| Klimatizace | Restaurace nedisponuje klimatizačním zařízením. Pouze v první části restaurace se nachází stropní větrák | 2b |
| Úprava stolu | Stůl byl čistý a jednoduše upraven. Přes stůl byl přehozen čistý ubrus PilsnerUrquell. Dále zde byl stojánek PilsnerUrquell na podtácky a nápojový lístek. Nenacházely se zde vizitky, solničku a pepřenku mi servírka přinesla až na požádání. | 2b |
| Odkládací věšáky | Odkládacích věšáků bylo dostatečné množství, jelikož byly rozmístěny po stěnách celé restaurace a u každého stolu. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 3: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Restaurace se nachází přímo u vedlejší silnice, od které je restaurace oddělena živým plotem a venkovním posezením, kde je udržována čistota. Před vchodem do restaurace je vyhrazený prostor pro kuřáky, ale ani zde jsem neshledala žádné nedopalky cigaret ani žádný jiný nepořádek. | 5b |
| Vzhled budovy | Budova restauracemá žluto-bílou fasádu, která je mírně poškozená. Jedná se o menší restauraci s venkovním posezením před budovou restaurace a bočním vchodem v podobě velkých dřevěných vrat, nad kterými je hnědou barvou napsán velký a nepřehlédnutelný název restaurace. Vratami se vstupuje do průchodu, kde se nachází hlavní vchod do restaurace. V letních měsících slouží tento průchod také k venkovnímu posezení. | 4b |
| Bezbariérový přístup | Restaurace nemá bezbariérový přístup. | 1b |
| Parkoviště | Restaurace nedisponuje soukromým parkovištěm pro hosty. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 4: Personál

| | | |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | Restaurace byla v době mé návštěvy plně obsazená a obsluhovala zde pouze jedna servírka, což považuji za nedostačující. | 1b |
| Upravenost | Servírka byla pěkně upravená a oblečená. Měla oblečené černé kalhoty a černou košili, což hodnotím velmi kladně, když uvážím, že se jedná spíše o domácí hospůdku. | 5b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Jak jsem již zmínila, restaurace byla při mém příchodu plně obsazena, tudíž 5 minut, než si mě servírka všimla, považuji za přijatelný čas. | 3b |
| Ochota a | Mé prosbě o odstranění balkánského sýru ze zeleninového salátu bylo | 5b |

| | | |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| vstřícnost | ochotně vyhověno. | |
| Rychlost obsluhy | Jak jsem již několikrát zmínila, restaurace byla v době mé návštěvy plně obsazena a byla zde pouze jedna servírka, takže na objednání dalšího nápoje jsem musela čekat asi 5 minut. Taktéž čekací doba na zaplacení byla přibližně 5 minut. | 3b |
| Komunikační schopnosti | Při příchodu do restaurace servírka slušně pozdravila. Při obsluze nebyly znát žádné komunikační problémy. Reakce servírky při mém odchodu nebyla žádná. | 4b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 5: Jídlo

| | | |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Na polévku jsem čekala asi 15 minut a na hlavní chod 45 minut od objednání. Což je dlouhá doba i v případě plné obsazenosti. | 2b |
| Chut' a kvalita | Objednané jídlo bylo velice chutné a připraveno z kvalitních surovin. Pouze zeleninový salát nebyl viditelně připraven z čerstvé zeleniny, jelikož jsem v něm spatřila oschlé listy salátu. | 3b |
| Teplota | Teplota jídla byla akorátní u všech pokrmů. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 6: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | MHD nezastavuje v těsné blízkosti restaurace. Nejbližší zastávka MHD se nachází v centru města a je od restaurace vzdálena asi 10 minut pěší chůze. | 3b |
| Dostupnost autem | Dostupnost autem je dobrá, ale nenachází se zde parkoviště pro hosty. | 1b |
| Docházková vzdálenost | Restaurace je dobře dostupná i pěší chůzí. Od centra města je vzdálena asi 15 minut. | 3b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 7: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | Platba hotově je v restauraci samozřejmostí. | 5b |
| Platební kartou | V restauraci není možná platba platební kartou. | 1b |
| Stravenky | Jsou zde přijímány stravenky typu Gastro Pass, Ticket Restaurant a Syas. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 8: Polední menu

| | | |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nabízí polední menu vždy ve všední den od pondělí do pátku. | 5b |
| Časové rozmezí | Časové rozmezí je dostatečné od 11.00 do 14.30 hodin. | 5b |
| Počet jídel | Restaurace nabízí na výběr z desíti menu. Nedostatek spatřuji v tom, | 4b |

| | | |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----|
| v menu | že v ceně menu není zahrnuta polévka. Cena polévky je 10 Kč. | |
| Něco navíc zdarma k menu | Restaurace nenabízí nic za zvýhodněnou cenu či zdarma k polednímu menu. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 9: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah nabídky jídel je velký. Nejpočetnější položku z jídelního lístku zahrnují hlavní jídla, které obsahují všechna jídla z kuřecího, krůtího a vepřového masa, ale také ryby. Jídelní lístek také zahrnuje nabídku specialit restaurace, polévky, saláty, moučníky, přílohy a také něco k pivečku. Chybí zde jídla pro děti. | 4b |
| Rozsah nabídky nápojů | Rozsah nabídky nápojů je také velký. Nabízí aperitivy, likéry, nealkoholické nápoje, vína, sekty, teplé nápoje a šest druhů pív. | 5b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek má klasickou podobu knihy. Desky jsou v zelené barvě a jednotlivé listy jsou umístěny v průhledných složkách. Listy jsou bílé v kombinaci s černým textem. Pouze hlavní názvy jednotlivých skupin pokrmů a nápojů jsou oživeny zelenou barvou. Jedinou zvláštností jídelního lístku je, že na začátku a na konci jídelního lístku jsou zobrazeny fotografie známých osobností jako je např. Lubor Tokoš, Pavel Zedníček aj., kteří restauraci navštívili, ale také fotky z různých akcí, které se v restauraci konaly. | 3b |
| Přehlednost | Jídelní lístek je relativně přehledný. Problém jsem spatřila v sekci hlavní jídla, kdy jednotlivé druhy jídel nejsou rozděleny do určitých skupin, ale obsahují veškerá jídla z různých druhů masa, ale také bezmasá jídla. Je zde vhodně zvolená velikost písma a kombinace bílého papíru a černého textu, díky čemuž je i dobře čitelný. | 3b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 10: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | S čistotou na WC jsem příliš spokojená nebyla. Podlaha byla špinavá a navíc se zde válely kousky toaletního papíru. Nacházel se zde prach, ale také pavučiny jak na stěnách, tak i na stropě. | 1b |
| Vybavení sociálního zařízení ¹ | Na sociálním zařízení bylo dostatek toaletního papíru i mýdla, ale zásobník na papírové utěrky byl prázdný. | 3b |
| WC pro vozičkáře | V restauraci se nenachází ani sociální zařízení pro vozičkáře. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 11: Další služby

| | | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Součástí prostor restaurace je i venkovní posezení, které funguje přes letní měsíce. Prostory pro venkovní posezení se nachází jak před | 5b |

¹ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

| | | |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | restaurací, tak také v průchodu, který se nachází před vstupem do restaurace. Celkově toto posezení pojme 50 hostů. | |
| Balení jídla | Restaurace nabízí balení jídla zdarma. | 5b |
| Dětský koutek | Nenachází se v prostorách restaurace. | 1b |
| Nabídka pořádání akcí | Restaurace nabízí pořádání svateb, firemních večírků, oslav jubileí, promocií apod. Tyto akce jsou realizovány v rámci prostor restaurace. | 5b |
| WIFI | V rámci prostor restaurace je možné bezdrátové připojení k internetu. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.2 U Johana

Interiér restaurace

Tab. 5. 12: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Restaurace je jedinečná svým prostorovým rozmístěním. Prostor restaurace zahrnuje celkem pět místností, kdy každá z nich má specifický název. Tento název již napovídá, jak bude interiér dané místnosti vypadat a jak se zde můžeme cítit. Hlavní a zároveň největší místností je Rynek, který je umístěn uprostřed restaurace. Nachází se zde šest stolů a lavic, které pojmu celkem 22 hostů. Okolo Rynku jsou umístěny další čtyři místnosti, které jsou pojmenovány Pohádka, Chalupa, Zámek a Kupecký vůz. Místnost Pohádka zahrnuje pět stolů pro celkem 24 hostů. Chalupa má pět stolů pro 20 hostů, v místnosti Zámek jsou umístěny tři stoly a tři boxy, které pojmu 24 hostů a Kupecký vůz nabízí posezení přímo u baru, u kterého jsou umístěny tři židle a lavice pro tři hosty. | 5b |
| Stylovost | Jak již bylo zmíněno styl a interiér jednotlivých salónek je přizpůsoben jejich názvům. Hlavní část restaurace Rynek je přizpůsoben staročeskému stylu, který připomíná dřevěnou chaloupku. Prostředí restaurace je koncipováno do dřevěného a přírodního stylu. Uprostřed je umístěn strom, který podtrhuje přírodní styl restaurace. Nachází se zde velké množství starodávných dekorací, jako jsou džbány, ošatky, proutěné dekorace, sušené obilí apod. Posezení v restauraci zpřijemňuje velký zabudovaný krb s otevřeným ohněm. | 5b |
| Čistota | V restauraci bylo čisto. Pouze na dekoracích se nacházel prach. | 4b |
| Rozdělení do sekcí | Místnosti Zámek a Pohádka jsou ryze nekuřácké. Místnosti Rynek, Chalupa a Kupecký vůz jsou kuřácké, pouze v časovém úseku 11.00 – 15.00 se zde nesmí kouřit. | 4b |
| Klimatizace | Restaurace je plně klimatizována. | 5b |
| Úprava stolu | Stůl byl jednoduše upraven. Byl přes něj přehozen oranžový ubrus, který se do prostředí restaurace moc nehodil. Dále zde byla umístěna solnička, pepřenka, párátko, papírové ubrousky a ve stojánku podtácky pod pivo. Chyběly zde vizitky. | 4b |
| Odkládací věšáky | V každé z místností byl jeden velký dřevěný odkládací věšák na bundy. Dále se ještě u každého stolu nacházejí malé věšáky, zabudované ve dřevěném trámu. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 13: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Před restaurací ani na parkovišti nebyl odhrnutý sníh, tudíž přístup do restaurace byl obtížný. | 2b |
| Vzhled budovy | Restaurace má pěknou a čistou bílou fasádu. Nevhodně umístěn je název restaurace, který není dobře viditelný, protože je umístěn za skalkou, která je osázená dřevinami a květinami. | 2b |
| Bezbariérový přístup | V restauraci není vybudován bezbariérový přístup. | 2b |
| Parkoviště | Před restaurací se nachází parkoviště pro osm aut. Za restaurací jsou ještě vyhrazena další tři místa pro parkování. Počet míst pro parkování je tedy dostatečný. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 14: Personál

| | | |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | V době mé návštěvy byla restaurace zaplněná z větší části a byl zde jeden číšník a tři servírky, což považuji za dostatečné množství. | 5b |
| Upravenost | Číšníci a servírky měli stejné oblečení, což působilo velice hezky. Měli oblečené černé kalhoty, bílou košili a uvázaný šátek kolem krku. | 5b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Servírka mě přišla obsloužit ihned, jakmile jsem si odložila bundu a usadila se, tedy do dvou minut. | 5b |
| Ochota a vstřícnost | Mému přání bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Obsluha byla rychlá. Ihned jakmile jsem zkonsumovala jídlo a pití přišla servírka a zeptala se, jestli mám ještě nějaké přání. | 5b |
| Komunikační schopnosti | Servírka byla milá, usměvavá a doporučila mi co si objednat k jídlu. Když jsem si objednávala k pití čaj, nabídla mi, jestli bych nechtěla vyzkoušet novinku v podobě domácího zázvorového čaje. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 15: Jídlo

| | | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Čekací doba na všechny pokrmy byla přiměřená vzhledem k obsazenosti restaurace. Na polévku jsem čekala 5 minut od objednání a na kuřecí steak se zeleninovým salátem asi 25 minut od objednání. | 4b |
| Chut' a kvalita | Veškeré jídlo bylo velmi chutné a viditelně připravené z kvalitních a čerstvých surovin. Za drobný nedostatek považuji to, že polévka byla mírně přesolená. | 4b |
| Teplota | Teplota všech objednaných pokrmů byla dostatečná, ihned jsem mohla konzumovat. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 16: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Restaurace je vzdálená asi pět minut chůze od nejbližší zastávky MHD. Dostupnost je tedy dobrá. | 5b |
| Dostupnost autem | Dostupnost autem je bez problému. Restaurace se nachází hned vedle hlavní cesty a disponuje parkovištěm pro hosty. | 5b |
| Docházková vzdálenost | Restaurace se nachází na okraji města Zlína, tudíž je docházková vzdálenost relativně velká. K restauraci je možné pěší chůzí z centra města dojít za 40 minut. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 17: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | V restauraci je možné platit v hotovosti. | 5b |
| Platební kartou | Restaurace přijímá velké množství platebních karet American Express, Diners Club International, Master Card, Master Card Elektronik, Maestro, Visa, Visa Elektron a JCB. | 5b |
| Stravenky | V restauraci je možné platit těmito typy stravenek Ticket Restaurant, Chèque Déjeuner a Gastro Pass. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 18: Polední menu

| | | |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nenabízí přímo polední menu, ale nabízí vždy od pondělí do pátku jedno jídlo za zvýhodněnou cenu. | 5b |
| Časové rozmezí | Toto jídlo je možné si objednat po celý den. | 5b |
| Počet jídel v menu | Restaurace nabízí pouze jeden pokrm. | 2b |
| Něco navíc zdarma k menu | K menu restaurace nenabízí nic za zvýhodněnou cenu, ani zdarma. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 19: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah nabídky jídel je opravdu velký. Restaurace je vyhlášena především svými grilovanými vepřovými koleny a grilovaným selátkem. Jídelní lístek zahrnuje studené nedělní menu, studené předkrmy, teplé předkrmy, polévky, zdravá jídla, ryby, jehněčí, kachní a křepelčí maso, kuřecí, vepřové a hovězí maso, těstoviny a noky, saláty, speciality, dětská jídla, přílohy a dezerty. | 5b |
| Rozsah nabídky nápojů | Nabídka nápojů je také rozsáhlá. V jídelním lístku lze najít šest druhů pív, teplé nápoje, nealkoholické nápoje a džusy, aperitivy a sekty, vína, whisky a bourbony, koňaky, metaxy a likéry, slivovici a ovocné destiláty, destiláty, destiláty speciální a rumy. | 5b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek působí luxusně a koresponduje s celým prostředím | 5b |

| | | |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | restaurace. Je umístěn v tmavohnědých kožených deskách, na kterých je vytlačeno logo restaurace. Jednotlivé listy jídelního lístku jsou umístěny v průhledných složkách. Listy mají světle hnědou barvu v kombinaci s černým textem, který je jednoduchý a dobře čitelný. Jednotlivá jídla v jídelním lístku mají svůj specifický název a pod každým jídlem je uveden název vína, který se k danému pokrmu dobře hodí. Jídelní lístek je k dispozici také v angličtině, němčině a italštině. | |
| Přehlednost | Jídelní lístek je přehledný. Nachází se zde přehledné rozdělení jednotlivých pokrmů do sekcí. U každého jídla je přiložená fotografie, jak pokrm vypadá, což malinko snižuje jeho přehlednost. | 4b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 20: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Celý prostor byl pěkně uklizený, neshledala jsem zde žádné nečistoty ani nepořádek. | 5b |
| Vybavení sociálního zařízení ² | Zásobníky na mýdlo, toaletní papír a papírové utěrky byly plné. Nacházel se zde také zásobník na krém na ruce, který byl také plný. | 5b |
| WC pro vozíčkáře | V restauraci se nenachází sociální zařízení pro vozíčkáře. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 21: Další služby

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Za budovou restaurace se nachází letní zahrádka. | 5b |
| Balení jídla | Restaurace nabízí balení jídla zdarma. | 5b |
| Dětský koutek | V restauraci se nenachází dětský koutek. | 1b |
| Nabídka pořádání akcí | Restaurace nabízí pořádání svateb, rodinných oslav, promoci atd. | 5b |
| WIFI | V restauraci je možné připojit se zdarma k internetu. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.3 Restaurace Tam Tam

Interiér restaurace

Tab. 5. 22: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Prostor celé restaurace je velký a je vhodně rozdělen do tří částí. První část restaurace se nachází hned u vchodu, kde se nachází 14 stolů pro 52 hostů. Druhá část, která je zároveň největší nabízí posezení pro celkem 62 hostů. Poslední část restaurace je vyhrazena pro kuřáky a nachází se zde celkem 44 míst k sedění. Všechny stoly | 5b |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

² Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

| | | |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | ve všech částech jsou od sebe dostatečně rozmístěny, takže umožňují obsluhu dobrý přístup a hosté mají dostatečné soukromí. Restaurace nabízí i posezení na baru, kde je k dispozici celkem 8 míst k sedění. Nachází se zde také dvě dětské židle. | |
| Stylovost | Restaurace není nijak stylově zaměřená, ale její interiér je pěkný a moderní. Stoly jsou vyrobeny ze světlehnědého dekoru dřeva a židle z tmavohnědého dekoru. Jednotlivé místnosti se od sebe liší použitými barvami. V první místnosti je na výmalbu použita modrá barva a potahy židlí zde mají červenou barvu. Druhá část restaurace je téměř celá prosklená, takže nabízí pěkný pohled na venkovní terasu restaurace a na zlínské náměstí Míru. V této části jsou použity zelené potahy na židlích. V třetí části restaurace je na výmalbu použita červeno bílá kombinace barev. Potahy židlí mají bílou barvu a tak pěkně ladí s barvami použitými na výmalbu. Celé prostředí restaurace zpřijemňuje moderní osvětlení a moderní dekorace umístěné v průhledných květináčích. Jedinou výtku bych měla k nedořešenému stropu, kde se nacházely nezakryté trubky vzduchotechniky, které nepůsobily v jinak příjemném prostředí hezky. | 3b |
| Čistota | Celý interiér restaurace byl naprosto čistý. | 5b |
| Rozdělení do sekcí | Restaurace je rozdělena do tří sekcí. Dvě sekce jsou nekuřácké a jedna sekce je kuřácká. Kuřácká sekce je dostatečně oddělena od nekuřáckých částí. | 5b |
| Klimatizace | Restaurace je plně klimatizována. | 5b |
| Úprava stolu | Stůl byl čistý, ale nijak zvlášť upravený. Na stole byl položen jídelní lístek a nacházela se zde slánka, pepřenka, párátka a pивní podtácky v umělých držácích. Opět zde nebyly vizitky. | 3b |
| Odkládací věšáky | V celé restauraci jsou k dispozici pouze dva odkládací věšáky, což považuji za nedostatečné vzhledem ke kapacitě restaurace. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 23: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Před budovou nákupního centra Zlaté jablko nebylo moc čisto. Nacházelo se zde velké množství nedopalků z cigaret a nalepené žvýkačky po zemi. | 2b |
| Vzhled budovy | Restaurace se nachází v posledním patře nákupního centra Zlaté jablko ve Zlíně. Budova je relativně nová a moderní se zajímavými architektonickými prvky. | 5b |
| Bezbariérový přístup | Nákupní centrum i restaurace jsou bezbariérové. Je zde vybudován výtah. | 5b |
| Parkoviště | Nákupní centrum disponuje velkým parkovištěm, které mohou využít i hosté restaurace. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 24: Personál

| | | |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | Restaurace byla v době mé návštěvy téměř prázdná a pohybovaly se zde dvě servírky a jeden číšník, což považuji za dostačující. | 5b |
| Upravenost | Obsluhující personál byl pěkně upraven a měl oblečení ve stejných | 5b |

| | | |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | barvách, což působilo příjemně. Servírky měly oblečenou černou sukni a červenou košili s logem Tam Tam. Číšník měl oblečené černé kalhoty a také červenou košili s logem. | |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Servírka mě přišla obsloužit ihned po usednutí a odložení kabátu, tedy do minuty. | 5b |
| Ochota a vstřícnost | Mé prosbě o odstranění krutonů ze zeleninového salátu bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Rychlost obsluhy byla výborná. Vše se obešlo bez delšího čekání. | 5b |
| Komunikační schopnosti | Personál neměl sebemenší problémy s komunikací. Celý personál byl po celou dobu návštěvy usměvavý, milý, vstřícný a zdvořilý. Servírka mi ochotně poradila, co si objednat k jídlu. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 25: Jídlo

| | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Jak jsem již zmínila, restaurace byla téměř prázdná, byly obsazené pouze dva stoly. Na polévku jsem čekala asi 12 minut od objednání a na salát s kuřecím steakiem asi 25 minut od objednání. Čekací doba na veškeré jídlo byla tedy docela dlouhá. | 2b |
| Chuť a kvalita | Veškeré jídlo chutnalo velice dobře. Bylo zřejmé, že k přípravě byly použity kvalitní a čerstvé suroviny. | 5b |
| Teplota | Teplota veškerých pokrmů byla dostatečná. Ihned jsem mohla konzumovat. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 26: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Dostupnost je velmi dobrá. Přímě před nákupním centrem zastavuje MHD. | 5b |
| Dostupnost autem | Dostupnost autem je také výborná. Nákupní centrum se nachází ihned u hlavní silnice a disponuje velkým parkovištěm. | 5b |
| Docházková vzdálenost | Docházková vzdálenost je také velice dobrá, protože se nákupní centrum nachází přímě v centru města Zlína. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 27: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | Platba hotovostí je samozřejmostí. | 5b |
| Platební kartou | V restauraci je možné platit těmito typy platebních karet Master Card, Master Card Electronic, Maestro, Visa, Visa Electron, Diners Club International, American Express a JCB. | 5b |
| Stravenky | Restaurace přijímá tyto typy stravenek Sodexo, Ticket Restaurant a Chèque Déjeuner. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 28: Polední menu

| | | |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nabízí polední menu od pondělí do soboty. | 5b |
| Časové rozmezí | Časové rozmezí je dostatečné od 11.00 do 14.30 hodin. | 5b |
| Počet jídel v menu | Ve všední den je možnost výběru ze dvou menu. V sobotu je v nabídce pouze jedno menu. Součástí ceny menu není polévka. Cena polévky je 25 Kč. | 2b |
| Něco navíc zdarma k menu | Restaurace nenabízí k menu nic za zvýhodněnou cenu, či zdarma. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 29: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah nabídky jídel je opravdu veliký. Zahrnuje něco na začátek, hlavní menu, české speciality, speciality podniku, přílohy a omáčky, těstoviny, saláty, jídla nejen pro vegetariány, dětská jídla, pizza, deserty a něco na chuť. | 5b |
| Rozsah nabídky nápojů | Rozsah nabídky nápojů je také velký. Zahrnuje portská vína, nealkoholické nápoje, fresh juice, ovocné šťávy Cappy, kávu a teplé nápoje, čaje, horké čokolády, alkoholické nápoje, alkoholické a nealkoholické cocktaily, rozlévaná vína, vína dle nabídky vinného lístku. Za nedostačující považují nabídku piv, kdy restaurace nabízí pouze dva druhy piv. | 4b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek má zajímavou podobu. Jednotlivé listy jsou upevněny v kroužkové vazbě o formátu A5. Listy nejsou chráněny žádným obalem, tudíž jsou špinavé a pokrčené, což nepůsobí hezky. Listy jsou bílé v kombinaci s černým textem, pouze jednotlivé skupiny jídel jsou zvýrazněny červenou barvou. | 3b |
| Přehlednost | Jídelní lístek je dostatečně přehledný. Jednotlivé položky v menu jsou přehledně rozděleny do sekcí a je zde vhodně zvolena i kombinace černého textu na bílém listě. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 30: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | I přes skutečnost, že restaurace nedisponuje soukromým sociálním zařízením a hosté restaurace musí navštívit sociální zařízení, které je volně přístupné i návštěvníkům nákupního centra, bylo toto zařízení relativně čisté a uklizené. | 4b |
| Vybavení sociálního zařízení ³ | Na toaletách bylo dostatek toaletního papíru, zásobníky na mýdlo a papírové utěrky byly plné. | 5b |
| WC pro | Konkrétně na tomto sociálním zařízení není k dispozici toaleta pro | 1b |

³ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

| | | |
|-----------|------------|--|
| vozičkáře | vozičkáře. | |
|-----------|------------|--|

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 31: Další služby

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Součástí restaurace je venkovní posezení, které se nachází přímo na terase. Je zde k dispozici celkem 50 míst k sedění. | 5b |
| Balení jídla | Balení jídla je za poplatek 10 Kč za krabičku. | 5b |
| Dětský koutek | Přímo v restauraci se nenachází dětský koutek. | 1b |
| Nabídka pořádání akcí | Restaurace nabízí možnost pořádání rodinných oslav či firemních večírků. Pro tyto oslavy je připraven oddělený salónek s kapacitou 40 osob u jedné tabule. | 5b |
| WIFI | V restauraci není možné bezdrátové připojení k internetu. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.4 Koliba U černého medvěda

Interiér restaurace

Tab. 5. 32: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Restaurace je relativně velká. Interiér restaurace je rozdělen do tří částí. Hlavní část restaurace je udělána v kaskádovitém stylu, kde se nachází 9 stolů pro celkem 40 hostů. Stoly jsou dřevěné a kolem stolů jsou lavice. Druhou částí restaurace je salónek, který je udělán v klasickém stylu. Nachází se zde 6 stolů pro 35 hostů. Třetí částí je posezení u krbu, kde se okolo krbu nachází dva stoly a 4 židle. Prostor je přizpůsoben možnosti dívat se na přípravu jídla, nebo se jí přímo účastnit. | 5b |
| Stylovost | Jedná se o stylovou restauraci, čemuž odpovídá celý interiér. Restaurace je vymalována bílou barvou a na stěnách se nachází velké množství mysliveckých trofejí např. jelení paroží, vycpané hlavy muflonů, kamzíků atd. Veškerý nábytek v restauraci je vyroben z tmavohnědého dřeva, který pěkně ladí s celým prostředím restaurace. | 5b |
| Čistota | Prostředí restaurace je ve velmi čistém stavu. | 5b |
| Rozdělení do sekcí | Restaurace je rozdělena na kuřáckou a nekuřáckou část. Hlavní část restaurace je kuřácká, pouze v době od 11.30 do 14.00 je i tato část restaurace nekuřácká. Druhá část, tedy salónek je nekuřácký po celý den. Obě části jsou od sebe dostatečně odděleny, takže kouř z vedlejší místnosti nezasahuje do nekuřácké sekce. | 5b |
| Klimatizace | Restaurace je plně klimatizována. | 5b |
| Úprava stolu | Úprava stolu je velmi decentní a vkusná. Při příchodu do restaurace byly všechny stoly již prostřeny. Na stole se nacházelo béžové prostírání v kombinaci s červenými složenými ubrousky. Uprostřed stolu byl umístěn živý tulipán a svíčka. Dále se zde nacházela solnička, pepřenka, párátka, malá a vkusná lampička a vizitky restaurace. | 5b |
| Odkládací | Nacházelo se zde velké množství odkládacích věšáku. Byly zde dva | 5b |

| | | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------|--|
| věšáky | dřevěné odkládací stojany, ale také velké množství nástěnných odkládacích věšáku. | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------|--|

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 33: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Prostor před restaurací, ale také okolo celé restaurace byl čistý. Nenacházel se zde žádný nepořádek. | 5b |
| Vzhled budovy | Budova restaurace je umístěna v lese. Má bílou fasádu, která je vhodně zvolená, protože ve večerních hodinách jde budova dobře vidět. Část budovy je obložena kamenným obkladem, který vytváří zajímavý prvek budovy. Prostor před restaurací je vydlážděn kamennou dlažbou a nachází se zde velká skalka s dřevinami a květinami. | 5b |
| Bezbariérový přístup | Restaurace nedisponuje bezbariérovým přístupem. | 1b |
| Parkoviště | Před restaurací se nachází parkoviště pro 14 automobilů. Toto parkoviště považuji za dostatečně velké. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 34: Personál

| | | |
|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | V restauraci bylo dostatek personálu. Byl zde jeden číšník, servírka a dva kuchaři, kteří připravovali jídlo v krbu. V době mé návštěvy byla restaurace obsazena pouze z části. | 5b |
| Upravenost | Číšník i servírka byli pěkně upravení a měli na sobě stejnokroj, což na mě působilo dobře. Měli oblečené černé kalhoty a bílou košili. | 5b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Obsluha mě přišla obsloužit ihned po usazení, tedy do 1 minuty. | 5b |
| Ochota a vstřícnost | Žádosti o namíchání džusu s obyčejnou vodou z kohoutku bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Obsluha byla velmi rychlá. Po objednání nápoje mi ho servírka přinesla do dvou minut. Po dopití nápoje přišla servírka do minuty a zeptala se, jestli mám ještě nějaké přání. Obsluha se chodila neustále dívat, jestli něco nepotřebuji. | 5b |
| Komunikační schopnosti | Číšník i servírka působili po celou dobu velmi zdvořile, mile, usměvavě a sympaticky. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 35: Jídlo

| | | |
|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Čekací doba na jídlo byla relativně dlouhá. Na polévku jsem čekala asi 5 minut od objednání a na kuřecí steak a zeleninový salát asi 30 minut od objednání. | 2b |
| Chuť a kvalita | Jídlo bylo velmi chutné a viditelně připraveno z čerstvých a kvalitních surovin. | 5b |
| Teplota | Teplota jídla byla dostatečná. Jídlo se dalo ihned konzumovat. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 36: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Jak již bylo zmíněno, restaurace se nachází v lese a dostupnost MHD není ideální. Nejbližší zastávka MHD je od restaurace vzdálená téměř 25 minut pěší chůze. | 2b |
| Dostupnost autem | Dostupnost autem je relativně dobrá. Pouze v zimním období je tato dostupnost horší, protože se restaurace nachází v kopci. | 3b |
| Docházková vzdálenost | Docházková vzdálenost je docela dlouhá. Z centra města je tato vzdálenost asi 40 minut pěší chůze. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 37: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | Platba v hotovosti je zde samozřejmost. | 5b |
| Platební kartou | V restauraci je možné platit platební kartou. Jsou zde přijímány běžné typy platebních karet Master Card, Master Card Electron, Maestro, Visa a Visa Electron. | 5b |
| Stravenky | V restauraci nelze platit stravenkami. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 38: Polední menu

| | | |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nabízí menu od pondělí do neděle. | 5b |
| Časové rozmezí | Menu je možné si objednat od 11.00 do 15.00 hodin. Časové rozmezí je tedy dostatečně velké. | 5b |
| Počet jídel v menu | Restaurace nabízí 13 jídel z jídelního lístku za zvýhodněnou cenu. | 5b |
| Něco navíc zdarma k menu | K menu nenabízí nic zdarma, ani za zvýhodněnou cenu. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 39: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Jídelní lístek nabízí velké množství jídel. Studené a teplé předkrmy, polévky, těstoviny a vegetariánská jídla, sladkovodní i mořské speciality, masa z ohniště, valašské speciality, speciality na žhavém kameni, zvěřina a jehněčí, speciality na objednávku, saláty, přílohy, omáčky, dezerty a jídla pro nejmenší. | 5b |
| Rozsah nabídky nápojů | Rozsah nápojů je také velmi široký. Restaurace nabízí aperitivy, portské víno, víno, sekt, champagne, destiláty, netradiční regionální destiláty, cognac, whiskey a bourbon, Tennessee whiskey, likéry, nealkoholické nápoje, tři druhy piva a teplé nápoje. | 5b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek byl pěkný a čistý. Desky jídelního lístku měly tmavohnědou barvu a byly kožené. Na přední straně bylo vytlačeno logo restaurace. Jednotlivé listy byly umístěny v průhledných složkách. Titulní list obsahoval doporučení šéfkuchaře. Nápojový a vinný lístek měly oranžovou barvu v kombinaci s černým textem. Ostatní listy byly světle žluté taktéž s černým textem. Barvy | 2b |

| | | |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | jednotlivých listů nijak nekomunikovaly s prostředím restaurace. Jídelní lístek nebyl ničím zvláštní ani zajímavý. | |
| Přehlednost | Jídelní lístek byl relativně přehledný. Jednotlivé druhy jídla byly rozděleny do sekcí. Text, který je v jídelním lístku, není vhodně zvolený. Písmo bylo velmi slabě vytištěné a bylo špatně čitelné. U nápojového a vinného lístku je použito příliš malé písmo. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 40: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Sociální zařízení bylo pěkně uklizené a příjemně to zde vonělo. | 5b |
| Vybavení sociálního zařízení ⁴ | Byl zde dostatek toaletního papíru, papírových utěrek i mýdla. Nacházel se zde i elektronický sušák na ruce, který ale nefungoval. | 4b |
| WC pro vozíčkáře | Není v restauraci k dispozici. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 41: Další služby

| | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Vedle restaurace se nachází malé venkovní posezení pod pergolou, které funguje pouze v letních měsících. Nachází se zde také dětské hřiště s průlezkami a klouzačkou. | 5b |
| Balení jídla | Restaurace nabízí balení jídla za poplatek 10 Kč za krabičku. | 5b |
| Dětský koutek | V restauraci se nenachází dětský koutek. | 1b |
| Nabídka pořádání akcí | Restaurace nabízí pořádání různých akcí. | 5b |
| WIFI | V restauraci je možnost připojení k WIFI zdarma. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.5 Restaurace U Dvou slunečnic

Interiér restaurace

Tab. 5. 42: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Prostor restaurace není velký, ale je velmi dobře prostorově řešen. V restauraci se nachází celkem 11 stolů, které nabízí posezení 64 hostům. Nachází se zde stoly pro různý počet hostů, aby byl prostor využit co nejefektivněji. Jsou zde stoly pro 10 osob, 6 osob, 4 osoby, 3 osoby a 2 osoby. Na baru se ještě nachází další dvě místa k sezení a jedna dětská židle. Po celé restauraci jsou mezi stoly umístěny dřevěné stěny s policemi a dekoracemi, které slouží k vytvoření soukromí pro hosty. | 5b |
| Stylovost | Restaurace není nijak stylově zaměřená, ale celý interiér je hezký a působí velice příjemně. Restaurace je vybavena dřevěným | 4b |

⁴ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

| | | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | nábytkem a v celém prostoru jsou použity odstíny barev červené a zelené. Na stropěch jsou k vidění dřevěné trámy, které tvoří zajímavý prvek restaurace. V restauraci se také nachází zabudovaný a otevřený gril pro grilování různých pokrmů. Jsou zde vhodně zvoleny slaměné doplňky a keramické dekorace, které korespondují s celým prostředím restaurace. | |
| Čistota | Celý prostor restaurace byl vzorně uklizený. Podlaha byla uklizena a ani na dekoracích a policích se nenacházel žádný prach a nečistoty. | 5b |
| Rozdělení do sekcí | Restaurace je celá nekuřácká. Kouření je možné pouze v druhé části restaurace Sport Bar. | 3b |
| Klimatizace | V restauraci se nachází dvě klimatizace. | 5b |
| Úprava stolu | Při příchodu do restaurace byly všechny stoly již prostřeny. Nacházelo se zde prostírání, příbor, sklenička a ubrousek. Na stole byla slánka, pepřenka, stojánek na pivní podtácky, ubrousky, svíčka a stojánek na vizitky restaurace. Nelichotivě zde působila umělá květina, která se do prostředí restaurace vůbec nehodila. | 4b |
| Odkládací věšáky | Nacházelo se zde celkem šest dřevěných odkládacích věšáku, což považuji za dostačující i v případě plně obsazené restaurace. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 43: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | I přes to, že se restaurace nachází u hlavní cesty, byl zde relativně pořádek. Nacházely se zde pouze nedopalky od cigaret. | 3b |
| Vzhled budovy | Budova restaurace má rok novou, žlutou omítku, která vzhledu budovy prospěla. U vchodu se nachází dvě túje a na oknech jsou umístěny květináče s květinami. | 5b |
| Bezbariérový přístup | V restauraci není vybudován bezbariérový přístup. | 1b |
| Parkoviště | Restaurace se nachází přímo u Sokolovny, která disponuje relativně velkým parkovištěm. Pro hosty restaurace je zde vyhrazeno sedm míst, což považují za dostačující. V případě volného místa je možné zaparkovat i mimo vyhrazená místa. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 44: Personál

| | | |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | V době mé návštěvy byly v restauraci obsazené pouze tři stoly a nacházeli se zde dva číšníci, což je dostatečné množství. | 5b |
| Upravenost | Oba číšníci byly pěkně upravení a stejně oblečení, což na mě působilo dobře. Oblečení měli černé kalhoty a bílou košili. | 5b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Doba čekání byla asi 5 minut, což považuji za docela dlouhou dobu, na to, že restaurace byla téměř prázdná a obsluhovali zde dva číšníci. | 2b |
| Ochota a vstřícnost | Žádosti o odstranění dressingu ze zeleninového salátu bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Rychlost obsluhy nebyla příliš uspokojivá, jak jsem již zmínila, restaurace byla téměř prázdná a na objednání dalšího nápoje a taktéž na zaplacení jsem musela čekat asi 5 minut. | 2b |

| | | |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Komunikační schopnosti | Ani jeden z číšníků neměl sebemenší problémy s komunikací. Při vstupu do restaurace oba číšníci slušně pozdravili, byli zdvořilí, příjemní, milí a usměvaví. Při placení účtu číšník poděkoval a popřál mi hezký den. | 5b |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 45: Jídlo

| | | |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Byla jsem mile překvapená, jak krátká byla čekací doba na jídlo. Polévku mi číšník přinesl za 4 minuty po objednání. Zeleninový salát s kuřecím steakiem mi byl přinesen za 12 minut od objednání. | 5b |
| Chut' a kvalita | Jídlo bylo velmi chutné. Veškeré jídlo bylo velice dobře okořeněné a evidentně připravené z kvalitních a čerstvých surovin. | 5b |
| Teplota | Teplota jídla byla dostatečná u všech pokrmů. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 46: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Restaurace se nachází necelých 50 metrů od nejbližší zastávky MHD. Dostupnost je tedy velmi dobrá. | 5b |
| Dostupnost autem | Dostupnost autem je také dobrá, jelikož se restaurace nachází ihned u hlavní silnice a disponuje parkovištěm pro hosty. | 5b |
| Docházková vzdálenost | K restauraci je možné dojít také pěšky. Restaurace se nenachází přímo v centru města, ale pěší chůzí lze k restauraci dojít za 10 minut. | 4b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 47: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | V restauraci lze platit hotově. | 5b |
| Platební kartou | Restaurace přijímá tyto typy platebních karet American Express, Diners Club International, Discover, Master Card, Master Card Electronic, Maestro, Visa, Visa Electron a V Pay. | 5b |
| Stravenky | Restaurace akceptuje tyto typy stravenek Chèque Déjeuner, Gastro Pass, Syas a Ticket Restaurant. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 48: Polední menu

| | | |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Polední menu restaurace nabízí vždy od pondělí do pátku. | 5b |
| Časové rozmezí | Polední menu restaurace nabízí od 11.00 do 15.00 hodin, což je dostatečné časové rozmezí. | 5b |
| Počet jídel v menu | Restaurace nabízí v rámci poledního menu výběr ze čtyř hlavních chodů různých cenových kategorií. Cena jednotlivého menu již zahrnuje polévku. Nabídka je dostatečná. | 5b |
| Něco navíc zdarma k menu | V rámci poledního menu restaurace nenabízí nic za zvýhodněnou cenu či zdarma. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 49: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah jídel je opravdu široký, rozmanitý a originální. Jídelní lístek zahrnuje studené předkrmy, polévky, ryby, speciality na dřevěném uhlí, ryby na dřevěném uhlí, doplňková jídla k jídlům na dřevěném uhlí, hotová jídla, speciality podniku, speciality ze Slovenska, jídla z vepřového, kuřecího a hovězího masa, těstoviny, bezmasá a vegetariánská jídla, studené předkrmy, saláty, přílohy a moučníky. Chybí zde jídla pro děti. | 4b |
| Rozsah nabídky nápojů | Rozsah nabídky nápojů je také velký. V jídelním lístku lze najít aperitivy, sekty, vína, destiláty, likéry, studená káva, teplé nápoje a nealkoholické nápoje. Za nedostačující považuji nabídku pív, kdy restaurace nabízí pouze dva druhy pív. | 4b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek je čistý a pěkný, ale ničím výjimečný. Nachází se v zelených koženkových deskách Pilser Urquell a má tvar obdélníku. Jednotlivé listy jídelního lístku jsou umístěny v průhledných složkách, které mají světle hnědý potisk a na kterých je černý text. | 4b |
| Přehlednost | Jídelní lístek je relativně přehledný. Jednotlivé položky v menu jsou přehledně rozděleny do sekcí. Nevýhodu spatřuji v tom, že je zde použito ozdobné písmo, u kterého jednotlivé písmena splývají. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 50: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Sociální zařízení bylo pečlivě uklizeno, nenacházel se zde žádný nepořádek ani prach. | 5b |
| Vybavení sociálního zařízení ⁵ | Na toaletách byl dostatek toaletního papíru i mýdla. Místo papírových utěrek zde byl elektronický sušák na ruce. | 5b |
| WC pro vozíčkáře | V restauraci se nenachází sociální zařízení pro vozíčkáře. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 51: Další služby

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Nachází se zde dvě venkovní zahrádky. Jedna je umístěna na terase restaurace a druhá z boku budovy. | 5b |
| Balení jídla | Je zde možnost zabalení jídla za poplatek 6 Kč za krabičku. | 5b |
| Dětský koutek | V restauraci se nachází malý dětský koutek se stolečkem, židlí, hračkami, omalovánkami a pastelkami. | 5b |
| Nabídka pořádání akcí | Restaurace disponuje třemi salónky pro pořádání různých akcí. Všechny salónky se nachází v patře restaurace. Kapacita salonku je od 20 do 90 osob v jednotlivých saloncích, ale je také možné propojit tyto salónky a uspořádat akci až pro 180 osob. | 5b |
| WIFI | V restauraci je možnost bezdrátového připojení k internetu zdarma. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

⁵ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

5.1.6 Restaurace Vyhlička

Interiér restaurace

Tab. 5. 52: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Restaurace je relativně malá, nachází se zde celkem 13 stolů pro 46 hostů. Dalších sedm židlí je umístěných na baru. V restauraci jsou také k dispozici tři dětské sedačky. Stoly jsou od sebe přiměřeně rozmístěny, šest stolů se nachází přímo u oken, které nabízí krásný výhled na Zlín. Restaurace má dva vchody pro hosty. | 4b |
| Stylovost | Restaurace není nijak stylově zaměřená. Nachází se zde krbová kamna, židle a stoly jsou v dřevěném dekoru. Je zde velká prosklená lednice, ve které jsou výhradně umístěna vína značky Moravino Valtice. Na výmalbu byly použity teplé barvy oranžové a žluté, které spolu s vybavením interiéru a fasádou utváří jednotný celek. Součástí restaurace je také vinný sklípek, který je ale otevřen pouze v případě rezervace předem. | 3b |
| Čistota | Restaurace byla pečlivě uklizená, neshledala jsem žádné nedostatky týkající se čistoty v restauraci. | 5b |
| Rozdělení do sekcí | Restaurace není rozdělena do žádných sekcí. Celá restaurace je nekuřácká. Prostor pro kuřáky je vymezen před restaurací, kde je umístěn popelník. | 3b |
| Klimatizace | Restaurace je plně klimatizovaná, takže zde nebyl cítit žádný nepříjemný zápach. | 5b |
| Úprava stolu | Jak již bylo zmíněno, stoly i židle jsou v dřevěném dekoru. Stůl byl čistý a byl upraven velmi jednoduše a vkusně. Nacházel se na něm žlutý ubrus, který korespondoval s celým prostředím restaurace. Na stole se také nacházela živá květina, svíčka, solnička, pepřenka, párátka, vizitky a papírové ubrousky. | 5b |
| Odkládací věšáky | V restauraci se nachází jeden odkládací věšák na bundy, což považují za nedostačující. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 53: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Před vstupem do restaurace, ale také v celém okolí restaurace bylo čisto. Nenacházely se zde žádné nedopalky od cigaret ani žádné odpadky po zemi. | 5b |
| Vzhled budovy | Fasáda restaurace je nová a má oranžovou barvu. Jsou zde použity dva odstíny oranžové, tmavé a světlé, což vzbuzuje pozitivní náladu a může přilákat zákazníky. Světelný název restaurace je dobře viditelný a je umístěn nad vchodem do restaurace, ale také na stěně restaurace vedle vchodu. V okolí restaurace jsou vysázeny túje, které utváří uzavřený prostor restaurace a okolí. | 5b |
| Bezbariérový přístup | Je zde vybudován bezbariérový přístup pro zákazníky na vozíčku. | 5b |
| Parkoviště | Součástí restaurace je parkoviště pro tři auta, což považují za nedostačující. Prostory okolo restaurace jsou ale velmi malé a tak neumožňují rozšíření tohoto parkoviště. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 54: Personál

| | | |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | V době mé návštěvy byl v restauraci pouze jeden číšník, což považuji za dostačující, protože v restauraci byly obsazeny pouze tři stoly. V případě vyšší obsazenosti by byl jeden číšník nedostačující. | 3b |
| Upravenost | Číšník byl upravený a oblečení korespondovalo s barvami použitými v interiéru restaurace. Oblečené měl černé kalhoty a oranžovou polokošili s logem restaurace Vyhlídka. | 5b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Číšník mě obsloužil ihned, jakmile jsem se usadila a odložila si bundu, tedy do minuty. | 5b |
| Ochota a vstřícnost | Číšníka jsem požádala, aby mi ze zeleninového salátu byla odstraněna paprika. Mému přání bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Celková rychlost, všímavost a pohotovost číšníka byla výborná. | 5b |
| Komunikační schopnosti | Číšník byl velmi milý, zdvořilý a s komunikací neměl žádné problémy. Při příchodu do restaurace slušně pozdravil a usmál se. Při odchodu z restaurace se rozloučil a popřál hezký zbytek dne. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 55: Jídlo

| | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Čekací doba na polévku byla necelých pět minut a na hlavní jídlo asi 15 minut po objednání. Časová návaznost jednotlivých chodů byla výborná. | 5b |
| Chut' a kvalita | Zeleninový salát byl připraven z čerstvé zeleniny a byl dobře dochucený. Kuřecí steak byl dobře dochucený, ale trochu vysušený. Hovězí vývar s nudlemi jsem si musela dochutit polévkovým kořením, které mi číšník na požádání přinesl. | 3b |
| Teplota | Jak polévka, tak kuřecí steak měli dostačující teplotu. Zeleninový salát byl dobře vychlazený. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 56: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Restaurace Vyhlídka se nachází v místní části Jižní Svahy. Restaurace je od nejbližší zastávky MHD vzdálena asi 50 metrů. Dostupnost MHD je tedy dobrá. | 5b |
| Dostupnost autem | Restaurace je také dobře dostupná autem, protože se nachází hned vedle hlavní silnice. Nevýhodou je malé parkoviště, které pojme pouze tři auta. | 2b |
| Docházková vzdálenost | Docházková vzdálenost je velmi dobrá, především pro obyvatele části Jižní Svahy. Z centra města je tato docházková vzdálenost už větší asi okolo 30 minut. | 3b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 57: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | Možnost platby hotově je samozřejmostí. | 5b |
| Platební kartou | V restauraci je možné také platit platebními kartami. Akceptují zde tyto platební karty Visa, Visa Electron, Maestro, Master Card a American Express. | 5b |
| Stravenky | Je zde možné také platit stravenkami typu Sodexo, Ticket Restaurant a Chèque Déjeuner. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 58: Polední menu

| | | |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nabízí polední menu ve všední den vždy od pondělí do pátku. | 5b |
| Časové rozmezí | Nabídka poledního menu je od 11.00 do 15.00 hodin, což považují za dostatečné časové rozmezí. | 5b |
| Počet jídel v menu | Nabídka menu se skládá ze čtyř hlavních jídel, což považují za dostačující. V ceně menu je zahrnuta i polévka. | 5b |
| Něco navíc zdarma k menu | Restaurace nenabízí nic k polednímu menu zdarma, nebo za zvýhodněnou cenu. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 59: Jídelní lístek

| | | |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah nabídky jídel je široký. Nabízí zde studené pokrmy, barová jídla, která jsou podávána pouze na baru, polévky, klasickou domácí kuchyni, steaky, ale také kuřecí, krůtí a vepřová masa, ryby, bezmasá a zeleninová jídla, gnocchi, zeleninové saláty a dezerty. Součástí nabídky jídel jsou i přílohy, teplé smetanové omáčky k masu a doplňkový sortiment např. brambůrky, oříšky, pražené mandle atd. Chybí mi zde jídla pro děti. | 4b |
| Rozsah nabídky nápojů | Nabídka nápojů je také velmi široká. Restaurace nabízí aperitivy, rozlévaná vína, nealkoholické nápoje, teplé nápoje, kávu Julius Meinl, alkoholické nápoje, které jsou v jídelním lístku rozděleny dle jednotlivých druhů alkoholu např. rum, tequila, likéry, lihoviny, destiláty atd. Nabízí také velké množství míchaných nápojů a šest druhů pív. Součástí jídelního lístku je také vinný lístek. | 5b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek je umístěn v zelených koženkových deskách, kde jsou jednotlivé listy jídelního lístku umístěny v průhledných složkách. Tvar jídelního lístku je ve formě knihy. Jídelní lístek je čistý, jednotlivé listy jídelního lístku mají oranžovou barvu, a tak dobře ladí s celkovým vzhledem restaurace. Text na jednotlivých listech má černou barvu. V jídelním lístku se nachází pár obrázků v oblastech nápojů, které nejsou nutné, ale nepůsobí přeplácáným dojmem, takže je hodnotím kladně. | 4b |
| Přehlednost | Jednotlivé skupiny pokrmů jsou v jídelním lístku přehledně rozmístěny, tudíž jídelní lístek působí jako celek přehledně. Jediný problém vidím v tom, že jsou písmenka relativně malá, což může | 2b |

| | | |
|--|------------------------------------------------------|--|
| | způsobit problémy hostům, kteří mají zrakové potíže. | |
|--|------------------------------------------------------|--|

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 60: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Sociální zařízení bylo pěkně uklizeno, neshledala jsem žádné známky nečistoty. | 5b |
| Vybavení sociálního zařízení ⁶ | Sociální zařízení bylo vybaveno dostatkem toaletního papíru, mýdla i papírových utěrek. Navíc se zde nachází elektronický sušák na ruce. | 5b |
| WC pro vozíčkáře | Restaurace je vybavena bezbariérovou toaletou. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 61: Další služby

| | | |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nenabízí rozvoz jídel. | 1b |
| Venkovní posezení | Součástí restaurace je velká terasa, která slouží k venkovnímu posezení. Tato terasa je otevřena pouze v letním období a nabízí posezení pro 60 hostů. | 5b |
| Balení jídla | Restaurace nabízí balení jídla za poplatek 10 Kč. | 5b |
| Dětský koutek | V restauraci se nachází malý koutek pro děti. Jsou zde hračky, ale také stoleček s potřebami na malování a papíry. | 5b |
| Nabídka pořádání akcí | Součástí nabídky restaurace je i pořádání různých akcí. Tyto akce se můžou po předchozí domluvě realizovat přímo v restauraci, nebo ve speciálním salónku, který je pro tyto akce určený. Tento salónek je oddělen od prostoru restaurace dřevěnými posuvnými dveřmi a nachází se zde celkem 6 stolů pro 25 hostů. | 5b |
| WIFI | V restauraci je možné se připojit zdarma na internet prostřednictvím WIFI. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

5.1.7 Restaurace U Baďurů

Interiér restaurace

Tab. 5. 62: Interiér restaurace

| | | |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prostorové rozmístění | Prostor restaurace je vhodně rozdělen na dvě části, které od sebe dělí dřevěný plot obrostlý popínavými rostlinami a zděná brána. První část restaurace je kuřácká a nachází se zde čtyři stoly pro celkem 24 hostů, navíc se zde nachází čtyři židličky, které nabízí posezení u baru. Druhá část restaurace je nekuřácká a nachází se zde celkem 9 stolů pro 43 hostů. Jednotlivé stoly jsou od sebe dostatečně rozmístěny, tudíž nabízí soukromí hostům a dobrý přístup obsluze. | 5b |
| Stylovost | Restaurace není nijak stylově zaměřená, jedná se spíše o klasickou restauraci. Prostor restaurace je vymalován žlutou a červenou barvou. | 3b |

⁶ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

| | | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | Stoly a židle jsou v dřevěném dekoru, kde se na židlích nachází modré potahy, které nijak neladí s barvami použitými v interiéru. | |
| Čistota | Celý prostor restaurace byl pečlivě uklizený. | 5b |
| Rozdělení do sekcí | Jak jsem již zmínila prostor restaurace je rozdělen na dvě části. V první části je prostor určený pro kuřáky a druhá část restaurace je nekuřácká. Tyto části nejsou od sebe dostatečně odděleny, tudíž kouř z kuřácké části může obtěžovat hosty v nekuřácké části. | 2b |
| Klimatizace | Prostor restaurace je plně klimatizován. | 5b |
| Úprava stolu | Stůl byl jednoduše upraven. Byl zde malý ubrousek, na kterém se nacházela, pepřenka, slánka, párátka, cukřenka, ubrousky, stojánek na vizitky a stojánek na podtácky. | 3b |
| Odkládací věšáky | Vzhledem ke kapacitě restaurace považuji tři dřevěné odkládací věšáky za nedostatečné množství. | 2b |

Zdroj: vlastní zpracování

Vnější prostor – tj. budova a okolí

Tab. 5. 63: Vnější prostor – tj. budova a okolí

| | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Prostory okolo restaurace byly relativně čisté. Nacházel se zde pouze nepořádek způsobený posypem v zimních měsících. | 3b |
| Vzhled budovy | Budova restaurace má novou, světle zelenou omítku, což celkovému vzhledu budovy velmi prospělo. Světelný název restaurace má dostatečnou velikost a je vhodně umístěn nad budovou restaurace. | 5b |
| Bezbariérový přístup | Restaurace není bezbariérová. | 1b |
| Parkoviště | Před restaurací se nachází velké parkoviště, které pojme 17 automobilů. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Personál

Tab. 5. 64: Personál

| | | |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostatek personálu | Restaurace byla v době mé návštěvy téměř plná a nacházely se zde dvě servírky a jeden číšník, což je dostatečné množství. | 5b |
| Upravenost | Obsluhující personál byl pěkně upravený, ale oblečení personálu nebylo jednotné, což na mě nepůsobilo příliš dobře. Číšník měl oblečené černé kalhoty a bílou polokošili s logem Kofola. Jedna servírka měla oblečené černé kalhoty, červenou košili a černý svetřík. Druhá servírka měla černou sukni, bílou košili a černý svetřík. | 2b |
| Doba čekání, než si mě personál všimne | Servírka přišla k mému stolu za 3 minuty od mého příchodu. Tento čas je přijatelný, vzhledem k téměř plnému obsazení restaurace. | 4b |
| Ochota a vstřícnost | Mému přání o namíchání džusu s obyčejnou vodou z kohoutku bylo ochotně vyhověno. | 5b |
| Rychlost obsluhy | Personál byl dostatečně rychlý, s výjimkou delšího čekání na platbu. | 3b |
| Komunikační schopnosti | Celý personál neměl problémy s komunikací. Při příchodu slušně pozdravili a při placení účtu číšník poděkoval a popřál hezký den. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídlo

Tab. 5. 65: Jídlo

| | | |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čekací doba na jídlo | Polévku mi servírka přinesla za 8 minut od objednání, kuřecí steak a zeleninový salát mi byl přinesen za 30 minut od objednání, což považuji za přiměřený čas, vzhledem k obsazenosti restaurace. | 3b |
| Chut' a kvalita | Veškeré jídlo bylo velmi chutné a evidentně připraveno z čerstvých a kvalitních surovin. | 5b |
| Teplota | Teplota u všech pokrmů byla akorátní. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Dostupnost

Tab. 5. 66: Dostupnost

| | | |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Dostupnost MHD | Dostupnost MHD je relativně dobrá. Nejbližší zastávka MHD je od restaurace vzdálena 10 minut pěší chůze. | 3b |
| Dostupnost autem | Až k restauraci se dá bez problému dojet autem, kde je k dispozici dostatečně velké parkoviště. | 5b |
| Docházková vzdálenost | Docházková vzdálenost k restauraci je velmi špatná, protože se nachází v odlehlejší části města Zlína. K restauraci lze dojít z centra města Zlína asi za 90 minut. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Možnosti platby

Tab. 5. 67: Možnosti platby

| | | |
|-----------------|--------------------------------------------------------------|----|
| Hotově | V restauraci je možné platit hotově. | 5b |
| Platební kartou | Není zde možnost platit platební kartou. | 1b |
| Stravenky | V restauraci lze platit stravenkami typu Syas a Gastro Pass. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování

Polední menu

Tab. 5. 68: Polední menu

| | | |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Zda mají v nabídce | Restaurace nabízí polední menu od pondělí do neděle. | 5b |
| Časové rozmezí | Časové rozmezí je dostatečné, a to od 10.30 do 15.00 hodin. | 5b |
| Počet jídel v menu | Od pondělí do pátku nabízí restaurace na výběr ze šesti hlavních jídel. V sobotu a v neděli nabízí jedno hlavní jídlo. V ceně menu je již zahrnuta polévka. | 5b |
| Něco navíc zdarma k menu | Restaurace nenabízí nic navíc, ani zdarma k polednímu menu. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Jídelní lístek

Tab. 5. 69: Jídelní lístek

| | | |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozsah nabídky jídel | Rozsah nabídky jídel je široký. Nabízí polévky, studené a teplé předkrmy, bezmasá jídla, těstoviny, ryby, minutky z drůbežního a vepřového masa, speciality kuchyně, steaky a bifteky, speciality v bramborovém těstě, dětská jídla, saláty, omáčky, dressingy, přílohy, | 5b |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | | |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | jídla k pivu a vínu, poháry a moučníky. | |
| Rozsah nabídky nápojů | Nabídka nápojů je také velká. Nabízí nealkoholické nápoje, teplé nealkoholické nápoje, likéry a destiláty, sekty, aperitivy, vína a 3 druhy pív. | 4b |
| Vizuální styl | Jídelní lístek je obyčejný a ničím zajímavý. Desky jídelního lístku jsou koženkové a mají hnědou barvu. Jednotlivé listy jídelního lístku jsou umístěny v průhledných složkách. Listy mají žlutou barvu v kombinaci s černým textem. Jak desky, tak jídelní lístek pěkně ladily s interiérem restaurace. | 3b |
| Přehlednost | Jídelní lístek je relativně přehledný. Je zde vhodně zvolený typ písma, ale také jeho velikost. Za slabou stránku považuji umístění pouze jedné fotografie jednoho pokrmu z dané skupiny jídel. Tyto fotografie působí spíše kýčovitě a jsou zde zbytečné. | 3b |

Zdroj: vlastní zpracování

Sociální zařízení

Tab. 5. 70: Sociální zařízení

| | | |
|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Čistota | Sociální zařízení nepůsobilo příliš čistě. Nacházel se zde prach a pavučiny na stěnách. | 2b |
| Vybavení sociálního zařízení ⁷ | Byl zde dostatek toaletního papíru i papírových utěrek, ale zásobník na mýdlo byl prázdný. | 2b |
| WC pro vozíčkáře | Nenachází se v restauraci. | 1b |

Zdroj: vlastní zpracování

Další služby

Tab. 5. 71: Další služby

| | | |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozvoz jídel | Restaurace nabízí rozvoz poledního menu jak pro jednotlivce, firmy či organizace po celém Zlíně i jeho blízkém okolí. | 5b |
| Venkovní posezení | Součástí restaurace je letní zahrádka, která nabízí posezení u 8 stolů. | 5b |
| Balení jídla | Balení jídla je zdarma. | 5b |
| Dětský koutek | V restauraci se nenachází. | 5b |
| Nabídka pořádání akcí | V rámci prostor restaurace nabízí pořádání rodinných oslav, svateb, rautů, firemních večírků. | 5b |
| WIFI | Je zde možnost bezdrátového připojení k internetu zdarma. | 5b |

Zdroj: vlastní zpracování








5.2 Analýza výsledků výzkumu

Tato část diplomové práce je věnována analýze výsledků výzkumu, které byly získány prostřednictvím metody Mystery shopping v 7 restauračních zařízeních ve městě Zlín. Grafy jsou přehledně zpracovány od nejvyššího počtu dosažených bodů po nejnižší. V grafech lze

⁷ Vybavení sociálního zařízení zahrnuje dostatek toaletního papíru, mýdla a utěrek.

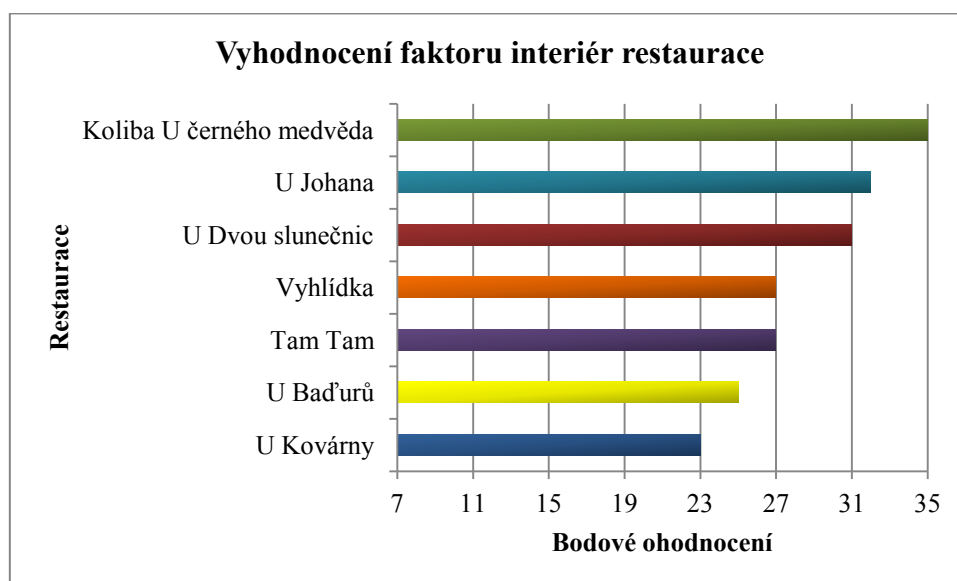
vidět porovnání s maximálním počtem bodů, který mohly restaurace za dané kritérium získat. Důraz je kladen na porovnání výsledků restaurace U Kovárny s výsledky nejbližších konkurentů. Hodnotící list použitý při výzkumu, se nachází v příloze č. 1 a zaznamenané výsledky v příloze č. 2.

Pro lepší orientaci v grafech, byla přidělena každé restauraci určitá barva sloupce, pomocí níž je zaznamenána v každém grafu.

| | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|  | U Kovárny, |  | U Dvou slunečnic, |
|  | U Johana, |  | Vyhlička, |
|  | Tam Tam, |  | U Baďurů. |
|  | Koliba U černého medvěda, | | |

5.2.1 Interiér restaurace

Obr. 5.1: Vyhodnocení faktoru interiér restaurace



Zdroj: vlastní zpracování

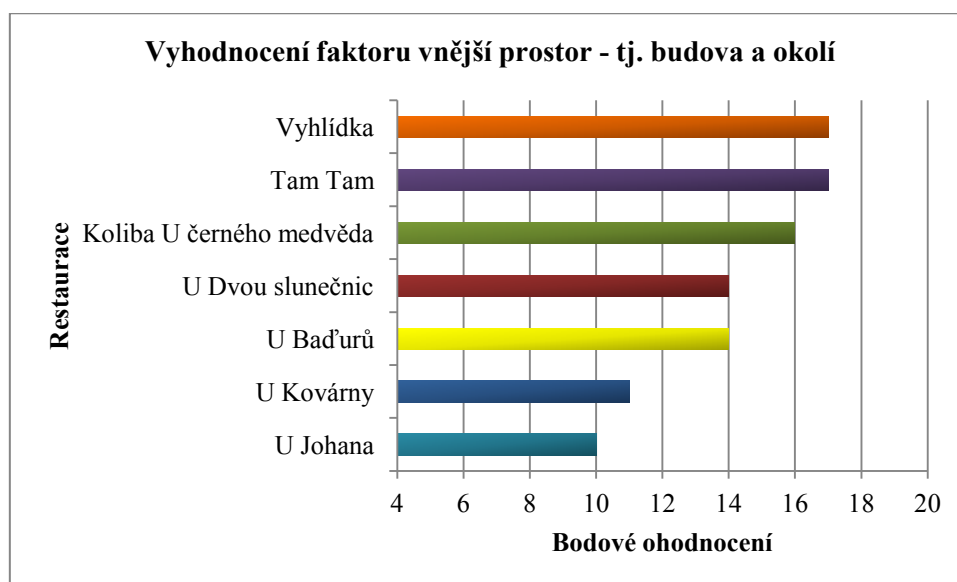
U faktoru interiér restaurace bylo možné získat maximálně 35 bodů. Tohoto maximálního počtu bodů dosáhla pouze Koliba U černého medvěda. Na druhém místě se nachází restaurace U Johana, která získala 32 bodů. Vyskytovaly se zde menší nedostatky, které se týkaly čistoty, rozdělení do sekcí a úpravy stolu. V těsném závěsu je restaurace U Dvou slunečnic, která získala 31 bodů. Menší nedostatky byly znát u stylového zaměření

restaurace, úpravy stolu a nejvíce bodů ztratila z důvodu nerozdělení do sekcí. Restaurace Tam Tam a Vyhlídka získaly shodný počet tj. 27 bodů. Obě restaurace ztratily nejvíce bodů tím, že nedisponují dostatkem odkládacích věšáků. Restaurace u Baďurů získala 25 bodů, kde největším nedostatkem bylo nedostatečné rozdělení sekcí pro kuřáky a nekuřáky, ale také proto, že nedisponuje dostatečným počtem odkládacích věšáků.

Restaurace U Kovárny dopadla nejhůře. Dosáhla pouze 23 bodů z 35 možných. Nejvíce bodů ztratila díky tomu, že prostor restaurace nebyl čistý, nedisponuje klimatizačním zařízením a na stole se nenacházely slánka, pepřenka, párátka ani vizitky.

5.2.2 Vnější prostor – tj. budova a okolí

Obr. 5.2: Vyhodnocení faktoru vnější prostor – tj. budova a okolí



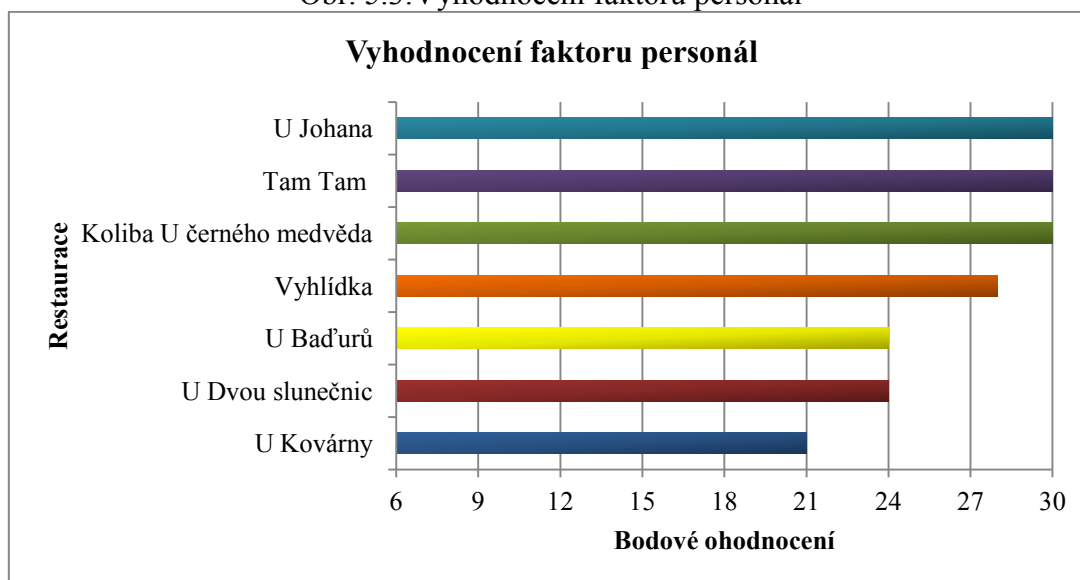
Zdroj: vlastní zpracování

Maximálního počtu 20 bodů u faktoru vnější prostor – tj. budova a okolí nedosáhla ani jedna ze zkoumaných restaurací. Nejvíce se tomuto bodovému hodnocení přiblížily restaurace Tam Tam a Vyhlídka, které získaly 17 bodů. Pouze o bod méně získala Koliba U černého medvěda, která ztratila nejvíce bodů tím, že zde není vybudován bezbariérový přístup. Restaurace U Dvou slunečnic a U Baďurů dosáhly 14 bodů, což bylo taktéž způsobeno tím, že nedisponují bezbariérovým přístupem, ale také tím, že v okolí restaurace nebylo dostatečně uklizeno. Nejnižšího počtu 10 bodů dosáhla restaurace U Johana, která ztratila nejvíce bodů taktéž nevybudovaným bezbariérovým přístupem, ale také nedostatečnou čistotou v okolí restaurace a nevhodně umístěným názvem na budově restaurace.

Restaurace U Kovárny získala pouze 11 bodů, což bylo způsobeno především tím, že nedisponuje parkovištěm a taktéž vybudovaným bezbariérovým přístupem. Dále má mírně poškozenou fasádu, která by stála za opravu.

5.2.3 Personál

Obr. 5.3: Vyhodnocení faktoru personál



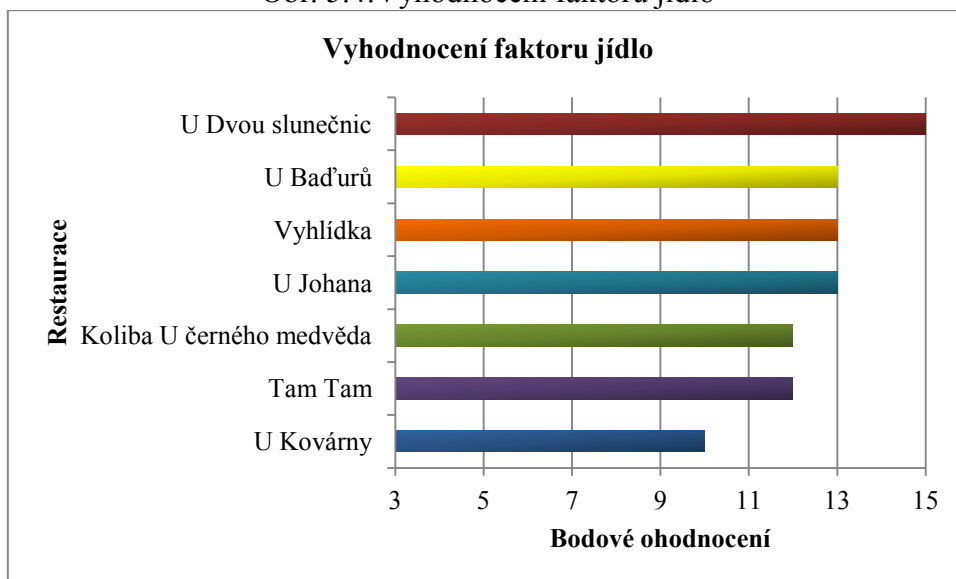
Zdroj: vlastní zpracování

U faktoru personál bylo možné získat maximální počet 30 bodů. Tohoto maxima dosáhly tři restaurace, restaurace U Johana, Tam Tam a Koliba U černého medvěda. Pouze o dva body méně získala restaurace Vyhlídka, což bylo způsobeno nedostatkem personálu v případě větší obsazenosti restaurace. Restaurace U Dvou slunečnic a U Baďurů dosáhly shodného počtu 24 bodů. Restaurace U Dvou slunečnic ztratila body především nedostatečnou rychlostí personálu a dlouhou dobou čekání, než si mě personál všimnul. Restaurace U Baďurů ztratila nejvíce bodů taktéž nedostatečnou rychlostí personálu a nejednotností oblečení.

Nejnižšího počtu 21 bodů dosáhla restaurace U Kovárny, kde se největší nedostatky týkaly nedostatku personálu, nedostatečnou rychlostí personálu a dlouhou dobou čekání, než si mě personál všimnul.

5.2.4 Jídlo

Obr. 5.4: Vyhodnocení faktoru jídlo



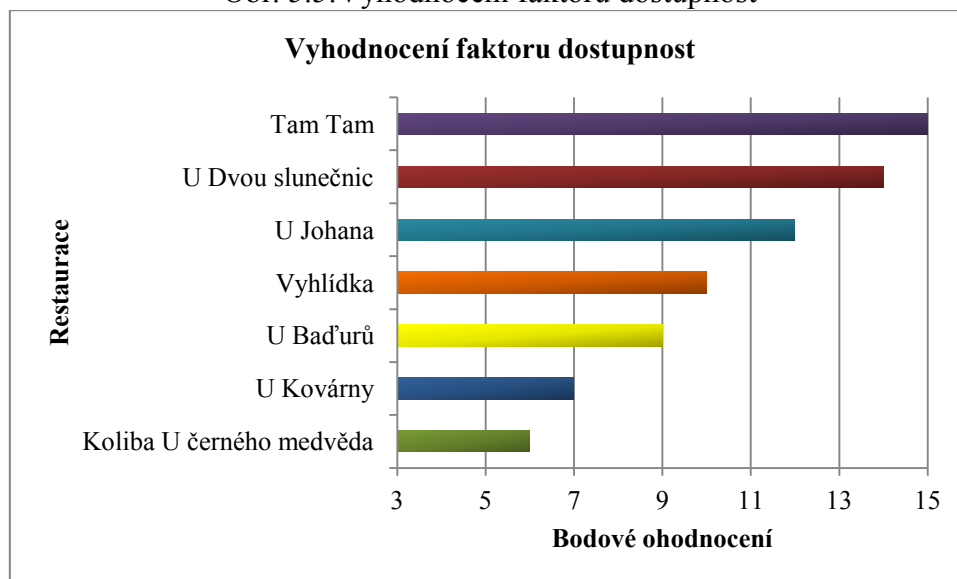
Zdroj: vlastní zpracování

V této kategorii bylo možné získat maximálně 15 bodů. Tohoto maxima dosáhla pouze restaurace U Dvou slunečnic. Restaurace U Baďurů, Vyhlídka a U Johana získaly shodně 13 bodů. Restaurace u Baďurů ztratila nejvíce bodů relativně dlouhou čekací dobou na jídlo. Restaurace Vyhlídka ztratila body především z důvodu nevhodně připraveného a dochuceného pokrmu. Restaurace U Johana mírně ztratila tím, že čekací doba na jídlo byla taktéž relativně dlouhá a polévka byla mírně přesolená. Pouze o bod méně získaly Koliba U černého medvěda a restaurace Tam Tam, kde ztratily nejvíce bodů dlouhou čekací dobou na jídlo.

Restaurace U Kovárny dosáhla pouze 10 bodů, což bylo způsobeno taktéž dlouhou čekací dobou na jídlo, ale také špatnou kvalitou surovin použitých v zeleninovém salátu.

5.2.5 Dostupnost

Obr. 5.5: Vyhodnocení faktoru dostupnost



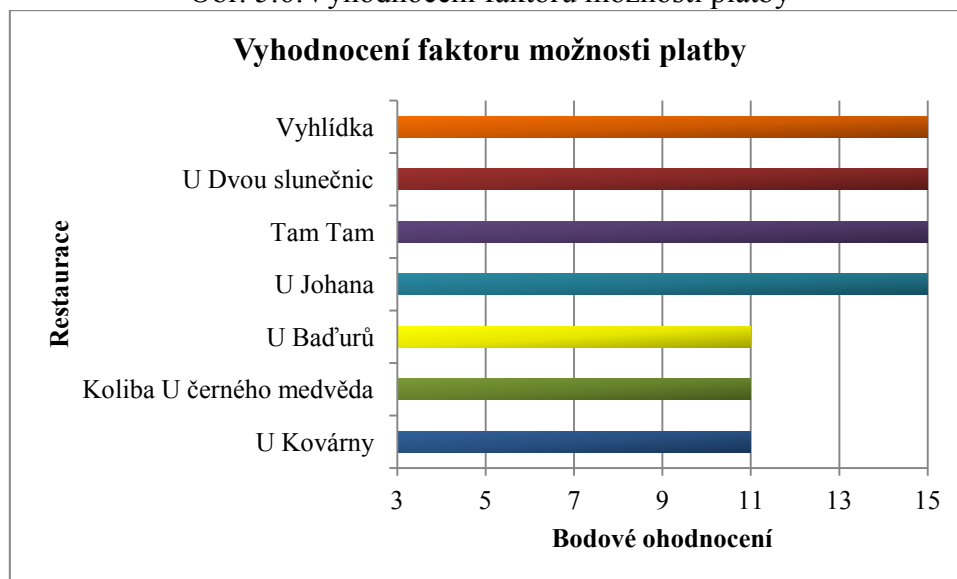
Zdroj: vlastní zpracování

V rámci faktoru dostupnost mohly restaurace získat až 15 bodů. Tohoto maxima dosáhla pouze restaurace Tam Tam. Následně se umístila restaurace U Dvou slunečnic, která ztratila body z důvodu delší docházkové vzdálenosti z centra města Zlína k restauraci. 12 bodů dosáhla restaurace U Johana, což bylo způsobeno taktéž dlouhou docházkovou vzdáleností. Restaurace Vyhlídka získala 10 bodů taktéž z důvodu dlouhé docházkové vzdálenosti, ale také z důvodu horší dostupnosti autem, jelikož restaurace disponuje pouze malým parkovištěm. Restaurace U Baďurů získala 9 bodů, z důvodu horší dostupnosti MHD a velmi dlouhé docházkové vzdálenosti. Nejnižšího počtu 6 bodů dosáhla Koliba U černého medvěda, která má velmi dlouhou docházkovou vzdálenost, špatnou dostupnost automobilem především v zimních měsících a taktéž špatnou dostupností MHD.

Restaurace U Kovárny dosáhla 7 bodů, což bylo také způsobeno špatnou dostupností autem, protože restaurace nedisponuje soukromým parkovištěm pro hosty, ale také dostupností MHD, která nezastavuje v těsné blízkosti restaurace a delší docházkovou vzdáleností.

5.2.6 Možnosti platby

Obr. 5.6: Vyhodnocení faktoru možnosti platby



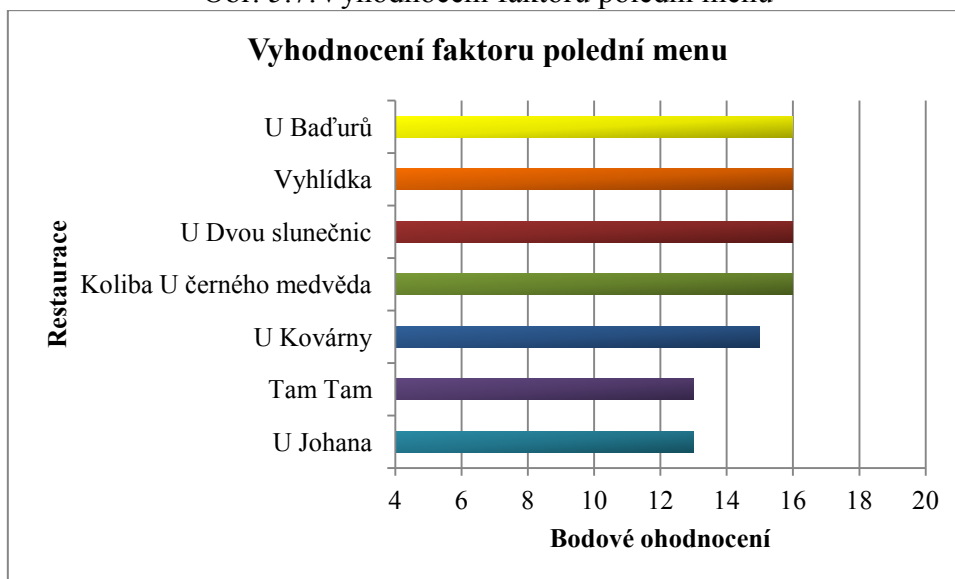
Zdroj: vlastní zpracování

V kategorii možnosti platby bylo možné dosáhnout maximálně 15 bodů. Tohoto maxima dosáhly restaurace Vyhlídka, U Dvou slunečnic, Tam Tam a U Johana. V těchto restauračních zařízeních se dá platit jak hotově, platební kartou tak stravenkami. Restaurace U Baďurů a Koliba U černého medvěda dosáhly 11 bodů, což bylo způsobeno tím, že v restauraci U Baďurů není možné platit platební kartou a Koliba U černého medvěda nepřijímá stravenky žádného typu.

Restaurace U Kovárny získala stejný počet bodů jako restaurace U Baďurů a Koliba U černého medvěda, tj. 11 bodů. Plného počtu bodů nedosáhla, protože v restauraci nelze platit platební kartou.

5.2.7 Polední menu

Obr. 5.7: Vyhodnocení faktoru polední menu



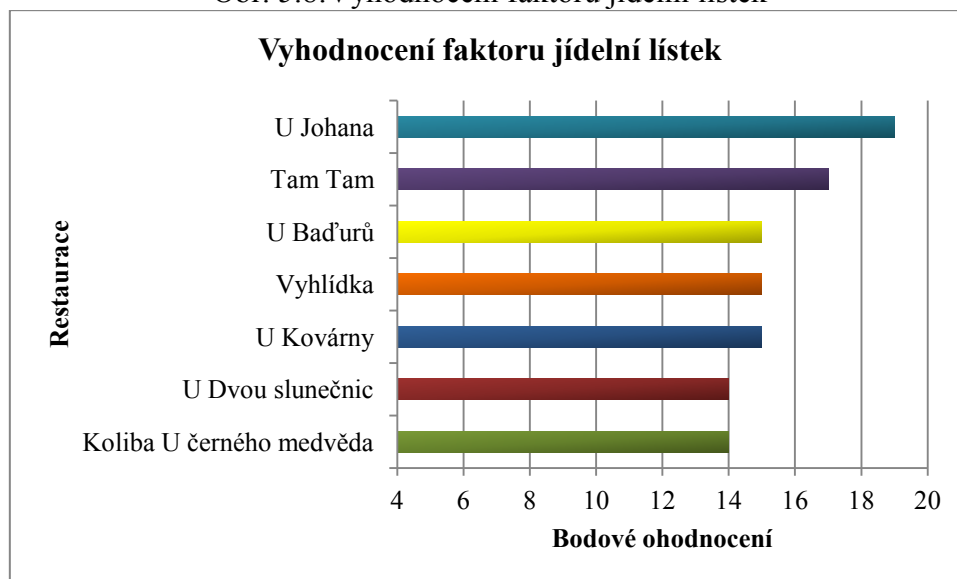
Zdroj: vlastní zpracování

U faktoru polední menu bylo možné získat maximálně 20 bodů. Tohoto maxima nedosáhla žádná z restaurací. Nejvíce se tomuto maximu přiblížily restaurace U Baďurů, Vyhlídka, U Dvou slunečnic a Koliba U černého medvěda, které získaly 16 bodů. Všechny restaurace ztratily nejvíce bodů tím, že nenabízí nic za zvýhodněnou cenu nebo zdarma k polednímu menu. 13 bodů dosáhla restaurace Tam Tam a U Johana, které ztratily body taktéž tím, že nenabízí k polednímu menu nic za zvýhodněnou cenu nebo zdarma, ale také tím, že rozsah nabídky jídel poledního menu je nedostatečný.

Restaurace U Kovárny dosáhla 15 bodů, což je pouze o bod méně než dosáhly restaurace U Baďurů, Vyhlídka, U Dvou slunečnic a Koliba U černého medvěda. Maxima nedosáhla z důvodu toho, že taktéž nenabízí nic za zvýhodněnou cenu nebo zdarma k polednímu menu, ale také proto, že v ceně poledního menu není zahrnuta polévka.

5.2.8 Jídelní lístek

Obr. 5.8: Vyhodnocení faktoru jídelní lístek



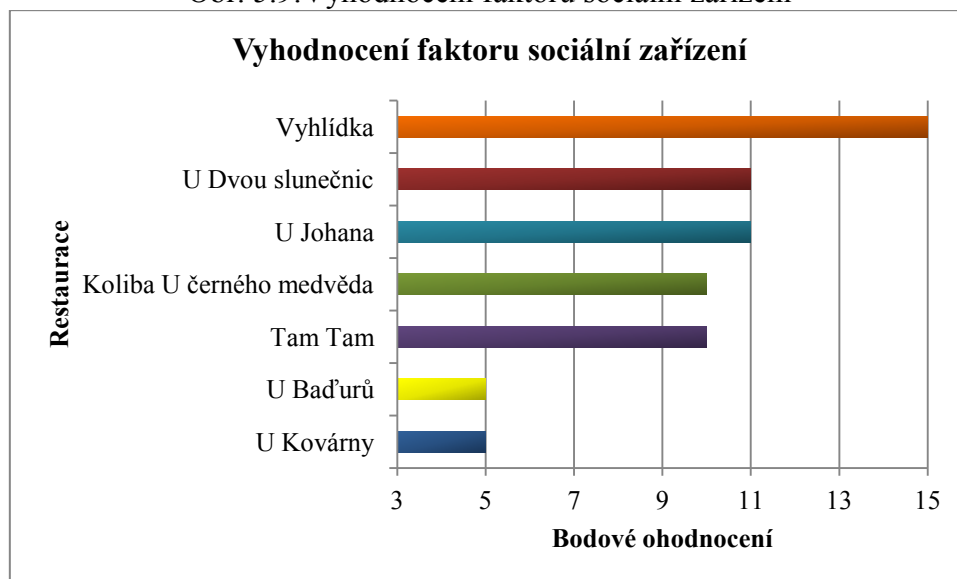
Zdroj: vlastní zpracování

V rámci faktoru jídelní lístek bylo možné získat až 20 bodů. Tohoto počtu bodů nedosáhla ani jedna z analyzovaných restaurací. Nejvíce bodů, tj. 19 získala restaurace U Johana, což bylo způsobeno nižší přehledností jídelního lístku. Na následujícím místě se umístila restaurace Tam Tam, kde se nedostatky týkaly špinavého a pokrčeného jídelního lístku a nedostatečné nabídky nápojů, především v oblasti nabídky piv. Restaurace U Baďurů a Vyhlídka dosáhly shodně 15 bodů. Jídelní lístek v restauraci U Baďurů nebyl dostatečně přehledný a nebyl ničím zajímavý. Restaurace Vyhlídka ztratila nejvíce bodů tím, že jídelní lístek není dostatečně přehledný, jsou zde použity velmi malá písmena a v nabídce jídel se nenachází jídla pro děti. Restaurace U Dvou slunečnic a Koliba U černého medvěda získaly shodně 14 bodů.

Restaurace U Kovárny dosáhla 15 bodů. Ztráta bodů byla způsobena především špatnou přehledností jídelního lístku, kde jednotlivé druhy jídel nejsou rozděleny do určitých skupin, ale obsahují veškerá jídla z různých druhů masa, ale také bezmasá jídla a vizuálním stylem, který byl spíše obyčejný. Jedinou zvláštností jídelního lístku je, že na začátku a na konci jídelního lístku jsou zobrazeny fotografie známých osobností, které restauraci navštívily a fotografie z různých akcí, které se v restauraci konaly.

5.2.9 Sociální zařízení

Obr. 5.9: Vyhodnocení faktoru sociální zařízení



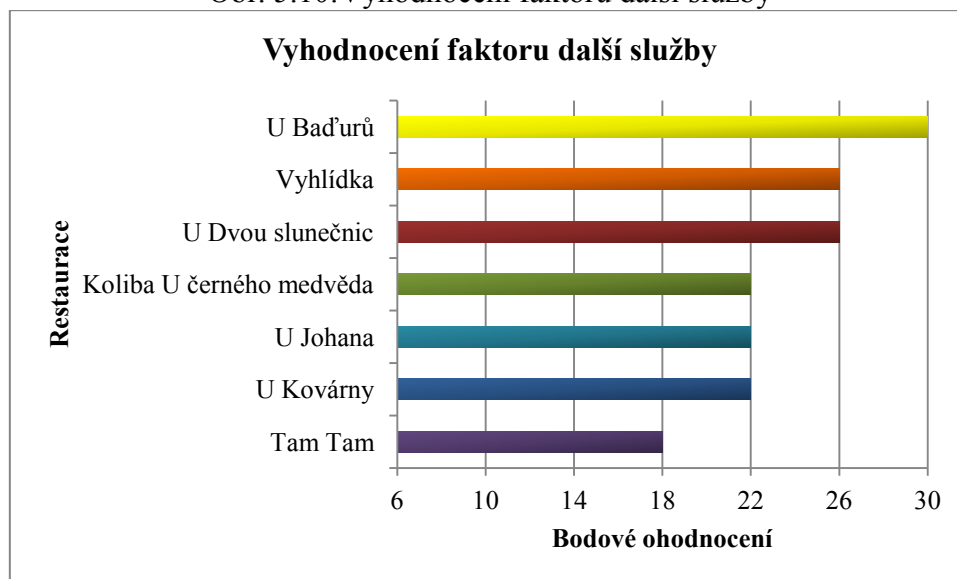
Zdroj: vlastní zpracování

V kategorii sociální zařízení bylo možné získat celkem 15 bodů. Pouze restaurace Vyhlídka dosáhla tohoto maxima. Restaurace U Dvou slunečnic a U Johana získaly 11 bodů a to z toho důvodu, že se zde nenachází toalety pro vozíčkáře. O bod méně získaly Koliba U černého medvěda a Tam Tam, což bylo u Koliby U černého medvěda způsobeno tím, že zde nefungoval elektronický sušák na ruce a nenacházela se zde toaleta pro vozíčkáře. Restaurace Tam Tam ztratila nejvíce bodů tím, že se zde taktéž nenachází toaleta pro vozíčkáře a čistota na toaletách byla spíše uspokojivá, než výborná. Nejnižšího počtu 5 bodů dosáhla restaurace U Baďurů, kde se taktéž nenachází sociální zařízení pro vozíčkáře, čistota nebyla příliš uspokojivá a zásobník na mýdlo byl prázdný.

Restaurace U Kovárny dosáhla shodného počtu bodů jako restaurace U Baďurů, tj. 5 bodů. Velmi slabá stránkou je čistota sociálního zařízení, ale také nevybudované bezbariérové sociální zařízení. Za slabou stránku lze také považovat nedostatečné vybavení sociálního zařízení, kde se nacházel nedostatek papírových utěrek.

5.2.10 Další služby

Obr. 5.10: Vyhodnocení faktoru další služby



Zdroj: vlastní zpracování

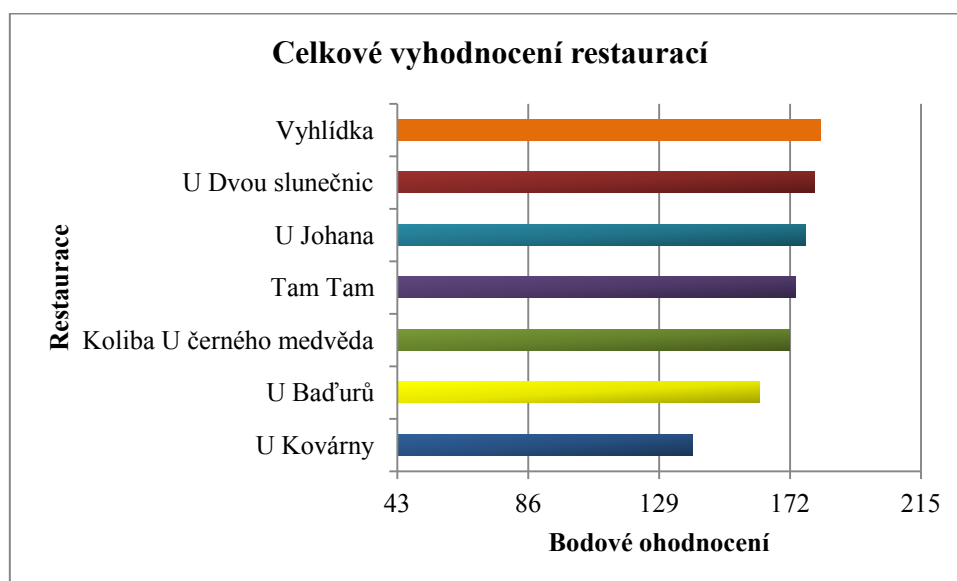
U posledního hodnoceného faktoru mohly restaurace získat až 30 bodů. Tohoto počtu dosáhla pouze restaurace U Baďurů. Restaurace Vyhlídka a U Dvou slunečnic získaly 26 bodů, což bylo způsobeno tím, že nenabízí rozvoz jídel. 22 bodů dosáhly Koliba U černého medvěda a restaurace U Johana, kde se nenacházel dětský koutek pro děti a taktéž nenabízí rozvoz jídel. Nejméně bodů získala restaurace Tam Tam, protože také nenabízí rozvoz jídel, není k dispozici dětský koutek a není zde WIFI.

Restaurace u Kovárny dosáhla 22 bodů, což bylo způsobeno tím, že restaurace nenabízí rozvoz jídel a nenachází se zde dětský koutek.

5.3 Celkové vyhodnocení

Z následujícího grafu je zřejmé, že nejvíce tj. 182 bodů získala restaurace Vyhlídka. Na druhém místě se umístila restaurace U Dvou slunečnic s celkovým počtem 180 bodů. Na třetím místě s dosaženým počtem 177 bodů se umístila restaurace U Johana. Se 174 body se na čtvrtém místě umístila restaurace Tam Tam. Pátou pozici obsadila Koliba U černého medvěda, která získala 172 bodů. Restaurace U Baďurů dosáhla 162 bodů a umístila se na šestém místě. Nejhuře hodnocenou restaurací se stala restaurace U Kovárny, která získala pouze 140 bodů.

Obr. 5.11: Celkové vyhodnocení restaurací



Zdroj: vlastní zpracování

Pro lepší přehlednost dosažených bodů byla vypracována tabulka, která ukazuje, kolik získaly hodnocené restaurace bodů z maximálního počtu 215 bodů. Tohoto maximálního počtu nedosáhla ani jedna ze zkoumaných restaurací a proto lze říci, že restaurace mají stále co zlepšovat.

Tab. 5. 72: Tabulka dosažených bodů a umístění

| Restaurace | Počet dosažených bodů | Celkové umístění |
|--------------------------|-----------------------|------------------|
| U Kovárny | 140 | 7. místo |
| U Johana | 177 | 3. místo |
| Tam Tam | 174 | 4. místo |
| Koliba U černého medvěda | 172 | 5. místo |
| U Dvou slunečnic | 180 | 2. místo |
| Vyhlídka | 182 | 1. místo |
| U Baďurů | 162 | 6. místo |

Zdroj: vlastní zpracování

6 NÁVRHY A DOPORUČENÍ

V této kapitole budou restauraci U Kovárny poskytnuty návrhy a doporučení, které vychází z výsledků výzkumu. Výsledky výzkumu byly zpracovány v minulé kapitole diplomové práce. Návrhy a doporučení v této kapitole jsou definovány pro každý faktor samostatně.

6.1 Návrhy a doporučení k faktoru INTERIÉR RESTAURACE

U tohoto faktoru získala restaurace U Kovárny 23 bodů z 35 možných. To bylo způsobeno především tím, že restaurace nedisponuje klimatizačním zařízením, čistota v restauraci byla velmi špatná a na stole se nenacházely potřebné věci.

Restaurace je celá nekuřácká, ale i tak bych restauraci doporučila zakoupení alespoň jednoho klimatizačního zařízení, které slouží také k odsávání zápachu a v letních měsících slouží k ochlazování vzduchu. Nachází se zde jen jeden stropní větrák, což je nedostačující.

Restauraci bych doporučila, aby se zaměřila na čistotu restaurace, jelikož se jedná o faktor, který bezpochyby reprezentuje úroveň každé restaurace a udělala zde radikální úklid. V restauraci byla špinavá podlaha, starožitnosti a dekorace byly zaneseny prachem a na stropích se nacházely pavučiny.

Dále bych doporučila, aby se restaurace zaměřila na úpravu stolů. Stůl byl sice čistý, ale nenacházela se zde slánka, pepřenka ani vizitky. Vizitky mohou zvýšit návštěvnost restaurace, proto navrhuji jejich výrobu, které není nijak zvlášť finančně náročné. Následně bych doporučila, aby se již při usednutí na stole nacházela slánka a pepřenka.

6.2 Návrhy a doporučení k faktoru VNĚJŠÍ PROSTOR – tj. budova a okolí

U tohoto faktoru bylo možné získat maximální počet 20 bodů, avšak restaurace U Kovárny získala pouze 11 bodů. Takto nízkého počtu dosáhla z toho důvodu, že restaurace nedisponuje soukromým parkovištěm pro hosty a není zde vybudovaný bezbariérový přístup.

U restaurace není hostům k dispozici soukromé parkoviště. Bohužel, tento faktor nelze jednoduše ovlivnit, protože se restaurace nachází při vedlejší cestě a k vybudování

soukromého parkoviště, např. pro tři osobní automobily, není dostatek místa. Na této vedlejší silnici je povoleno parkování, protože je v okolí velké množství bytů. Proto bych restauraci navrhla, aby zvážila možnost pronájmu např. tří parkovacích míst od provozovatele této vedlejší silnice.

V dnešní pokročilé době by měl být samozřejmostí vybudovaný bezbariérový přístup, který může pozitivně ovlivnit návštěvnost restaurace. Celý prostor v restauraci i okolo je k tomu uzpůsobený dobře, takže není potřeba žádných velkých změn. Pouze před vstupem do restaurace se nachází tři schodky, které bych navrhovala přestavit do bezbariérové podoby, aby restauraci mohli navštívit i lidé na vozíčku.

6.3 Návrhy a doporučení k faktoru PERSONÁL

U tohoto faktoru mohla restaurace získat až 30 bodů, ale získala pouze 21 bodů. Servírka byla sice ochotná, vstřícná a upravená, ale rychlost nebyla uspokojivá. V době návštěvy byla restaurace plně obsazená a byla zde pouze jedna servírka, což způsobilo delší dobu čekání, než si mě servírka všimla.

V restauraci pracují celkem dvě servírky a dva číšníci, proto bych navrhovala, aby se v restauraci vždy nacházeli alespoň dva číšníci nebo dvě servírky. Tento počet personálu by mohl zajistit, aby došlo k odstranění výše uvedených nedostatků.

6.4 Návrhy a doporučení k faktoru JÍDLO

U faktoru jídlo získala restaurace U Kovárny 10 bodů z 15 možných. Úbytek bodů zaznamenala v oblasti chuť a kvalita a delší čekací doby na jídlo.

Restauraci doporučuji používat kvalitní a čerstvé suroviny při přípravě jídla. Dále bych doporučila zefektivnit organizaci práce v kuchyni, popřípadě najmout více kuchařů, aby byl zajištěn plynulý chod restaurace i v případě plné obsazenosti restaurace. Na hlavní chod jsem čekala 45 minut od objednání, což je dlouhá doba i přes to, že byla restaurace plně obsazená.

6.5 Návrhy a doporučení k faktoru DOSTUPNOST

U faktoru dostupnost dosáhla restaurace 7 bodů z maximálního počtu 15 bodů. Dostupnost autem je dobrá, ale ztrátu bodů zaznamenala z důvodu nevybudovaného soukromého parkoviště pro hosty, které bezesporu ovlivňuje celkovou dostupnost autem. Za vyhovující považují jak docházkovou vzdálenost, tak dostupnost MHD, která je 10 minut pěší chůze z centra města Zlína.

Faktor docházkové vzdálenosti a dostupnost MHD nelze nijak ovlivnit. Jak jsem již navrhovala výše, doporučila bych restauraci zajistit pronájem alespoň tří parkovacích míst pro hosty na vedlejší silnici.

6.6 Návrhy a doporučení k faktoru MOŽNOSTI PLATBY

U parametru možnosti platby dosáhla restaurace 11 bodů z 15 možných, což bylo způsobeno tím, že v restauraci není možné platit platební kartou.

Proto bych restauraci navrhla zavést možnost platby platební kartou, protože je pro zákazníka velmi pohodlná a výhodná v tom, že nemusí mít u sebe vysokou hotovost.

6.7 Návrhy a doporučení k faktoru POLEDNÍ MENU

U tohoto faktoru mohla restaurace získat maximální počet 20 bodů. V tomto případě získala 15 bodů, což bylo způsobeno hlavně tím, že nenabízí nic za zvýhodněnou cenu či zdarma k polednímu menu.

Restauraci bych proto doporučila zavést nějaké výhody pro zákazníky v době poledního menu. Navrhuji nabídnout 3 dl vody k polednímu menu zdarma, nebo 3 dl džusu nebo piva za zvýhodněnou cenu 10 Kč. I taková nabídka může být podnětem pro zvýšení návštěvnosti restaurace.

6.8 Návrhy a doporučení k faktoru JÍDELNÍ LÍSTEK

U faktoru jídelní lístek mohla restaurace získat maximálně 20 bodů. Tohoto maxima nedosáhla a získala 14 bodů, což bylo způsobeno absencí nabídky jídel pro děti a vizuálním

stylem jídelního lístku, který je spíše obyčejný. Nedostatky spatřuji také v přehlednosti jídelního lístku, kde v sekci hlavní jídla nejsou jednotlivé druhy jídel rozděleny do určitých skupin, ale obsahují veškerá jídla z různých druhů masa, ale také bezmasá jídla.

Restauraci bych doporučila zatraktivnit jídelní lístek. Jsou zde bílé listy v kombinaci s černým textem, což působí fádně a zastarale. Doporučila bych vytvořit zcela nový jídelní lístek, který bude pro hosta zajímavý a atraktivní a bude laděn do plzeňského stylu, do kterého je laděn celý interiér restaurace. Do nového jídelního lístku bych vkusně zakomponovala fotografie z původního jídelního lístku, na kterých jsou známé osobnosti, které restauraci navštívili a fotografie z různých akcí, které se v restauraci konaly.

Dále bych doporučila, aby hlavní jídla byly rozděleny přehledně do skupin jídel např. kuřecí maso, vepřové maso, bezmasá jídla atd., což bude působit určitě lépe a hlavně přehledněji.

Také bych doporučila rozšíření nabídky jídel o jídla pro děti. Jedná se o restauraci ryze nekuřáckou, tudíž zákazníci restaurace by mohli být také rodiny s dětmi.

6.9 Návrhy a doporučení k faktoru SOCIÁLNÍ ZAŘÍZENÍ

Ani u tohoto faktoru nezískala restaurace U Kovárny plný počet bodů. Mohla získat celkem 15 bodů, ale dosáhla pouze 5 bodů. Restaurace ztratila body především v oblasti čistoty a nevybudovaného bezbariérového sociálního zařízení. Taktéž vybavení sociálního zařízení (dostatek toaletního papíru, mýdla, utěrek) nebylo uspokojivé.

Jak již bylo zmíněno, restaurace není v současné době bezbariérová, a proto také nedisponuje sociálním zařízením pro vozíčkáře. Výše bylo navrženo vybudování bezbariérového přístupu, se kterým souvisí také vybudování bezbariérového sociálního zařízení. Tato záležitost je jistě nákladná, ale v případě investice je možné toto sociální zařízení využívat také jako běžné sociální zařízení.

Co se týče čistoty sociálního zařízení, doporučuji udělat velký úklid. Dále doporučuji častěji kontrolovat čistotu a vybavení sociálního zařízení (dostatek toaletního papíru, mýdla, utěrek).

6.10 Návrhy a doporučení k faktoru DALŠÍ SLUŽBY

Ani zde restaurace U Kovárny nedosáhla maximálního počtu bodů. U faktoru další služby získala 22 bodů z 30 možných. Restaurace nabízí venkovní posezení, balení jídla a pořádání svateb, firemních večírků, oslav jubileí, promocí apod. Plný počet bodů nedosáhla z důvodu toho, že nenabízí rozvoz jídel a v prostorách restaurace není k dispozici dětský koutek.

Restauraci bych doporučila zavést rozvoz jídel v době poledního menu. Investice do automobilu je jistě nemalá, ale zajisté se vynaložené náklady vrátí brzy zpět, jelikož tuto službu nenabízí téměř žádná restaurace ve Zlíně. Mnoho zaměstnanců, nemá dostatek času, aby stihli v polední pauze dojít do restaurace, naobědvat se a dojít zpět do práce. Taktéž by tuto službu mohli využít lidé v důchodu, ale i domácnosti.

Dále bych doporučila zřídit malý koutek pro děti, kde by se nacházel stoleček, židlička, nějaké hračky, knížky, pastelky a papíry. Jak jsem již zmínila restaurace je nekuřácká, takže by se mohla stát objektem zájmu návštěvy pro rodiny s dětmi.

7 ZÁVĚR

K tomu, aby mohl být podnik na trhu úspěšný, je nutné, aby vlastnil určitou konkurenční výhodu. Tato konkurenční výhoda umožňuje podnikům odlišit se od ostatních, ale také zajišťuje dlouhodobou prosperitu firmy. Firmám, které mají tuto konkurenční výhodu dostatečně výraznou, umožňuje určitý náskok před konkurenčními firmami. Čím je tato konkurenční výhoda lepší a podnik ji dokáže lépe využít, tím větší šanci má podnik uspět na trhu. Pro správné určení konkurenční výhody je nezbytně nutná znalost konkurenčního prostředí.

Cílem diplomové práce nebylo pouze analyzovat konkurenci restaurace U Kovárny, ale zejména navrhnout vhodná řešení a doporučení na zlepšení současného stavu této restaurace.

Analýza konkurence byla provedena prostřednictvím metody Mystery shopping, jenž patří k dlouhodobě prověřeným výzkumným technikám a v současné době je jedním z nejefektivnějších dostupných nástrojů kontroly. Výzkum byl realizován pouze ve městě Zlín, kde bylo hodnoceno šest největších konkurentů restaurace U Kovárny. Předmětem výzkumu metodou Mystery shopping bylo především získání informací o interiéru restaurace, vnějším prostoru tj. budově a okolí, personálu, jídle, dostupnosti, možnosti plateb, poledním menu, jídelním lístku, sociálním zařízením a dalších službách.

Celá diplomová práce byla rozvrhnutá do sedmi kapitol. V úvodní části diplomové práce byl objasněn cíl diplomové práce a volba tématu. Druhá část byla zaměřena na vymezení teoretických východisek v oblasti konkurence, analýzy konkurence, marketingu služeb a Mystery shopping. Třetí část byla věnována charakteristice restaurace U Kovárny, ale také jejích nejbližších konkurentů, tedy restaurací U Johana, Tam Tam, Koliba U černého medvěda, U Dvou slunečnic, Vyhlídka a U Baďurů. Ve čtvrté kapitole byla popsána metodika shromažďování dat, která je nezbytnou součástí analýzy konkurence. Nejdůležitější částí diplomové práce je analýza konkurence, která byla rozdělena do tří částí. První část tvořil Mystery shopping vybraných restaurací, druhou část analýza výsledků výzkumu a třetí část byla zaměřena na celkové vyhodnocení a umístění jednotlivých restaurací. V šesté kapitole byly uvedeny návrhy a doporučení, pro zlepšení konkurenční pozice restaurace U Kovárny. Poslední kapitolou je závěr.

Z výzkumu je zřejmé, že restaurace U Kovárny, má mnoho nedostatků. V celkovém hodnocení restaurací se umístila na posledním, tedy na sedmém místě. Proto doufám, že návrhy a doporučení, které jsem uvedla v předchozí kapitole, pro ni budou přínosem.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Tištěné zdroje

- [1] BOUČKOVÁ, Jana at al. *Marketing*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2003. 432 s. ISBN: 80-7179-577-1.
- [2] JANEČKOVÁ, Lidmila a Miroslava VAŠTÍKOVÁ. *Marketing služeb*. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-7169-995-0.
- [3] KOTLER, Philip and Gary ARMSTRONG. *Principles of Marketing*. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall, 2006. 651 p. ISBN 0-13-146918-5.
- [4] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. Přel. Š. Černá. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [5] KOTLER, P., S. H. ANG, S. M. LEONG and CH. T. TAN. *Marketing management – an Asian perspective*. 3th ed. Singapore: Prentice Hall, 2003. 771 p. ISBN: 0-13-106625-0. 771.
- [6] KOTLER, P., V. WONG, J. SAUNDERS a G. ARMSTRONG. *Moderní marketing*. 4. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [7] KOZEL, Roman at al. *Moderní marketingový výzkum*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [8] MIKOLÁŠ, Zdeněk. *Jak zvýšit konkurenceschopnost podniku – konkurenční potenciál a dynamika podnikání*. Praha: Grada Publishing, 2005. 200 s. ISBN 80-247-1277-6.
- [9] PAYNE, Adrian. *Marketing služeb*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 1996. 248 s. ISBN 80-7169-276-X.
- [10] SOLOMON, M., G. MARSHAL a E. STUART. Přel. V. Paulíny. *Marketing očima světových marketingových manažerů*. 1. vyd. Brno: Computer Press, a.s., 2006. 572 s. ISBN 80-251-1273-X.
- [11] STAŇKOVÁ, P., R. VORLOVÁ a I. VLČKOVÁ. *Marketing obchodu a služeb - studijní pomůcka pro distanční studium*. 2. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2010. 156s. ISBN 978-80-7318-927-3.

- [12] VAŇÁK, Miloslav a František NAHODIL. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2007. 98 s. ISBN 978-80-86754-85-7.
- [13] VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb - efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Elektronické zdroje

- [12] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]. 2012 [cit. 2012-02-18]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/>
- [13] HOSPŮDKA U KOVÁRNY [online]. 2010 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.ukovarny.cz/>
- [14] KOLIBA U ČERNÉHO MEDVĚDA [online]. 2010 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.koliba-zlin.cz/>
- [15] KOTORA, Bohumír. Jak učinit zákazníka šťastným. *Regal* [online]. 2011 [cit. 2012-03-23]. ISSN 1213-7693.
Dostupné z: [http://eregal.ihned.cz/index.php?p=10A000_d&&article\[id\]=51940170](http://eregal.ihned.cz/index.php?p=10A000_d&&article[id]=51940170)
- [16] KURZY CZ [online]. 2012 [cit. 2012-02-18]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/>
- [17] M+M MYSTERY SHOPPING. Co je Mystery shopping. *Mm mysteryshopping.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-02-08].
Dostupné z: http://www.mmmysteryshopping.cz/co_je_mm.html
- [18] M+M MYSTERY SHOPPING. Fáze Mystery shopping. *Mm-mysteryshopping.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-02-08].
Dostupné z: http://www.mmmysteryshopping.cz/faze_mm.html
- [19] M+M MYSTERY SHOPPING. Jak Mystery shopping funguje. *Mm-mysteryshopping.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-02-08].
Dostupné z: http://www.mmmysteryshopping.cz/jak_mm_funguje.html
- [20] NMS MARKET RESEARCH. Formy výzkumu. *Nms.cz* [online]. [cit. 2012-02-08].
Dostupné z: <http://www.nms.cz/cz/metody/mystery-shopping/formy-vyzkumu/>

- [21] RESTAURACE U BAĎURŮ [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.restauraceubaduru.cz/>
- [22] RESTAURACE U DVOU SLUNEČNIC [online]. [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.udvouselunecnic.cz/>
- [23] RESTAURACE U JOHANA [online]. 2008 - 2011 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.ujohana.cz/>
- [24] RESTAURACE VYHLÍDKA [online]. 2012 [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.vyhliodka.com/>
- [25] SIMAR - Sdružení agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění. Mystery shopping. *Simar.cz* [online]. 2012 [cit. 2012-02-08].
Dostupné z: <http://simar.cz/standardy/kvalitativni-standardy/mystery-shopping.html>
- [26] TAM TAM RESTAURANT [online]. [cit. 2012-02-09]. Dostupné z: <http://www.tamtam-restaurant.cz/>

Periodika

- [27] BOHUNĚK, Bohuslav. Být jedničkou nestačí. *Trend marketing*. 2012, roč. 8, č. 1-2, s. 21. ISSN 1214-9594.
- [28] DRAHOVSKÝ, Lubomír. Mystery shopping – cesta k sebareflexii obchodu. *Moderní obchod*. 2008, č. 11, s. 21. ISSN 1210-4094.
- [29] KÖPPL, Daniel. Inovace v době krize platí dvakrát tolik. *Marketing & media*. 2009, č. 14, s. 12-13. ISSN 1212-9496.

Ostatní zdroje

Interní zdroje podniku

SEZNAM ZKRATEK

| | |
|-----------------|--------------------------|
| apod. | a podobně |
| atd. | a tak dále |
| CD | Compact Disc |
| HDP | hrubý domácí produkt |
| Kč | korun českých |
| km ² | kilometr čtvereční |
| MHD | městská hromadná doprava |
| MS | Microsoft |
| např. | například |
| obr. | obrázek |
| tab. | tabulka |
| tj. | to je |
| WIFI | wireless fidelity |
| WWW | word wide web |

SEZNAM OBRÁZKŮ

| | |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Obr. 2. 1: Kroky při analýze konkurence | 10 |
| Obr. 3. 1: Organizační struktura | 21 |
| Obr. 5.1: Vyhodnocení faktoru interiér restaurace | 61 |
| Obr. 5.2: Vyhodnocení faktoru vnější prostor – tj. budova a okolí..... | 62 |
| Obr. 5.3: Vyhodnocení faktoru personál | 63 |
| Obr. 5.4: Vyhodnocení faktoru jídlo | 64 |
| Obr. 5.5: Vyhodnocení faktoru dostupnost | 65 |
| Obr. 5.6: Vyhodnocení faktoru možnosti platby | 66 |
| Obr. 5.7: Vyhodnocení faktoru polední menu..... | 67 |
| Obr. 5.8: Vyhodnocení faktoru jídelní lístek..... | 68 |
| Obr. 5.9: Vyhodnocení faktoru sociální zařízení | 69 |
| Obr. 5.10: Vyhodnocení faktoru další služby | 70 |
| Obr. 5.11: Celkové vyhodnocení restaurací | 71 |

SEZNAM TABULEK

| | |
|------------------------------------------------------|----|
| Tab. 4. 1: Hodnocené restaurace | 32 |
| Tab. 4. 2: Časový harmonogram | 33 |
| Tab. 4. 3: Výdaje spojené s výzkumem | 33 |
| Tab. 4. 4: Stupnice číselného hodnocení | 34 |
| Tab. 5. 1: Jednotlivé části tabulky | 36 |
| Tab. 5. 2: Interiér restaurace..... | 36 |
| Tab. 5. 3: Vnější prostor – tj. budova a okolí..... | 37 |
| Tab. 5. 4: Personál..... | 37 |
| Tab. 5. 5: Jídlo..... | 38 |
| Tab. 5. 6: Dostupnost | 38 |
| Tab. 5. 7: Možnosti platby | 38 |
| Tab. 5. 8: Polední menu | 38 |
| Tab. 5. 9: Jídelní lístek | 39 |
| Tab. 5. 10: Sociální zařízení..... | 39 |
| Tab. 5. 11: Další služby..... | 39 |
| Tab. 5. 12: Interiér restaurace..... | 40 |
| Tab. 5. 13: Vnější prostor – tj. budova a okolí..... | 41 |
| Tab. 5. 14: Personál..... | 41 |
| Tab. 5. 15: Jídlo..... | 41 |
| Tab. 5. 16: Dostupnost | 42 |
| Tab. 5. 17: Možnosti platby | 42 |
| Tab. 5. 18: Polední menu | 42 |
| Tab. 5. 19: Jídelní lístek | 42 |
| Tab. 5. 20: Sociální zařízení..... | 43 |
| Tab. 5. 21: Další služby..... | 43 |
| Tab. 5. 22: Interiér restaurace..... | 43 |
| Tab. 5. 23: Vnější prostor – tj. budova a okolí..... | 44 |
| Tab. 5. 24: Personál..... | 44 |
| Tab. 5. 25: Jídlo..... | 45 |
| Tab. 5. 26: Dostupnost | 45 |
| Tab. 5. 27: Možnosti platby | 45 |
| Tab. 5. 28: Polední menu | 46 |

| | |
|-------------------------------------------------------|----|
| Tab. 5. 29: Jídelní lístek | 46 |
| Tab. 5. 30: Sociální zařízení | 46 |
| Tab. 5. 31: Další služby | 47 |
| Tab. 5. 32: Interiér restaurace | 47 |
| Tab. 5. 33: Vnější prostor – tj. budova a okolí | 48 |
| Tab. 5. 34: Personál | 48 |
| Tab. 5. 35: Jídlo | 48 |
| Tab. 5. 36: Dostupnost | 49 |
| Tab. 5. 37: Možnosti platby | 49 |
| Tab. 5. 38: Polední menu | 49 |
| Tab. 5. 39: Jídelní lístek | 49 |
| Tab. 5. 40: Sociální zařízení | 50 |
| Tab. 5. 41: Další služby | 50 |
| Tab. 5. 42: Interiér restaurace | 50 |
| Tab. 5. 43: Vnější prostor – tj. budova a okolí | 51 |
| Tab. 5. 44: Personál | 51 |
| Tab. 5. 45: Jídlo | 52 |
| Tab. 5. 46: Dostupnost | 52 |
| Tab. 5. 47: Možnosti platby | 52 |
| Tab. 5. 48: Polední menu | 52 |
| Tab. 5. 49: Jídelní lístek | 53 |
| Tab. 5. 50: Sociální zařízení | 53 |
| Tab. 5. 51: Další služby | 53 |
| Tab. 5. 52: Interiér restaurace | 54 |
| Tab. 5. 53: Vnější prostor – tj. budova a okolí | 54 |
| Tab. 5. 54: Personál | 55 |
| Tab. 5. 55: Jídlo | 55 |
| Tab. 5. 56: Dostupnost | 55 |
| Tab. 5. 57: Možnosti platby | 56 |
| Tab. 5. 58: Polední menu | 56 |
| Tab. 5. 59: Jídelní lístek | 56 |
| Tab. 5. 60: Sociální zařízení | 57 |
| Tab. 5. 61: Další služby | 57 |
| Tab. 5. 62: Interiér restaurace | 57 |

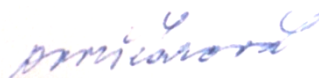
| | |
|------------------------------------------------------|----|
| Tab. 5. 63: Vnější prostor – tj. budova a okolí..... | 58 |
| Tab. 5. 64: Personál..... | 58 |
| Tab. 5. 65: Jídlo..... | 59 |
| Tab. 5. 66: Dostupnost | 59 |
| Tab. 5. 67: Možnosti platby | 59 |
| Tab. 5. 68: Polední menu | 59 |
| Tab. 5. 69: Jídelní lístek | 59 |
| Tab. 5. 70: Sociální zařízení..... | 60 |
| Tab. 5. 71: Další služby..... | 60 |
| Tab. 5. 72: Tabulka dosažených bodů a umístění | 71 |

PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 27. dubna 2012



.....
Bc. Dvorščáková Michaela

Adresa trvalého pobytu studenta:

Zálešná VI/5847, 760 01 ZLÍN.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1 Hodnotící list

Příloha 2 Tabulka výsledků výzkumu Mystery shopping

Příloha 3 Fotografie zkoumaných restaurací

Příloha 1 – Hodnotící list

| KRITÉRIA | HODNOTÍCÍ STUPNICE | | | | |
|----------|--------------------|--|--|--|--|
|----------|--------------------|--|--|--|--|

| INTERIÉR RESTAURACE | | | | | |
|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Prostorové rozmístění | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Stylovost | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Čistota | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Rozdělení do sekcí | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Klimatizace | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Úprava stolu | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Odkládací věšáky | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| VNĚJŠÍ PROSTOR - tj. BUDOVA A OKOLÍ | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Čistota | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Vzhled budovy | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Bezbariérový přístup | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Parkoviště | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| PERSONÁL | | | | | |
|----------------------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Dostatek personálu | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Upravenost | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Době čekání, než si mě personál všimne | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Ochota a vstřícnost | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Rychlost obsluhy | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Komunikační schopnosti personálu | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| JÍDLO | | | | | |
|----------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Čekací doba na jídlo | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Chuť a kvalita | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Teplota | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| DOSTUPNOST | | | | | |
|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------------|----------------------------|
| Dostupnost MHD | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Dostupnost autem | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Docházková vzdálenost | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| MOŽNOSTI PLATBY | | | | | |
|-----------------|-------------|---------------|--|--|--|
| Hotově | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Platební kartou | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Stravenky | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |

| POLEDNÍ MENU | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Zda mají v nabídce | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Časové rozmezí | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Počet jídel v menu | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Něco navíc či zdarma k menu | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |

| JÍDELNÍ LÍSTEK | | | | | |
|-----------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Rozsah nabídky jídel | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Rozsah nabídky nápojů | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Vizuální styl | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Přehlednost | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |

| SOCIÁLNÍ ZAŘÍZENÍ | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| Čistota | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| Vybavení sociálního zařízení (dostatek toaletního papíru, mýdla, utěrek) | Velmi nevyhovující 1 Bod | Spíše vyhovující 2 Body | Vyhovující 3 Body | Spíše vyhovující 4 Body | Velmi vyhovující 5 Bodů |
| WC pro vozíčkáře | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |

| DALŠÍ SLUŽBY | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|---------------|--|--|--|
| Rozvoz jídel | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Venkovní posezení | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Balení jídla | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Dětský koutek | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| Nabídka pořádání akcí (svatby, promoce, firemní večírky atd.) | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |
| WIFI | Ne 1 Bod | Ano 5 Bodů | | | |

Příloha 2 - Tabulka výsledků výzkumu Mystery shopping

| Kritéria | U Kovárny | U Johana | Tam Tam | Koliba U černého medvěda | U Dvou slunečnic | Vyhlička | U Baďurů |
|----------|-----------|----------|---------|--------------------------|------------------|----------|----------|
|----------|-----------|----------|---------|--------------------------|------------------|----------|----------|

| INTERIÉ RESTAURACE | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Prostorové rozmístění | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| Stylovost | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| Čistota | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Rozdělení do sekcí | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 |
| Klimatizace | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Úprava stolu | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| Odkládací věšáky | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 2 | 2 |
| CELKEM | 23 | 32 | 27 | 35 | 31 | 27 | 25 |
| Maximum 35 bodů | | | | | | | |

| VNĚJŠÍ PROSTOR - tj. BUDOVA A OKOLÍ | | | | | | | |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Čistota | 5 | 2 | 2 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| Vzhled budovy | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Bezbariérový přístup | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 |
| Parkoviště | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| CELKEM | 11 | 10 | 17 | 16 | 14 | 17 | 14 |
| Maximum 20 bodů | | | | | | | |

| PERSONÁL | | | | | | | |
|----------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Dostatek personálu | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| Upravenost | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| Době čekání, než si mě personál všimne | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 |
| Ochota a vstřícnost | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Rychlost obsluhy | 3 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 |
| Komunikační schopnosti personálu | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| CELKEM | 21 | 30 | 30 | 30 | 24 | 28 | 24 |
| Maximum 30 bodů | | | | | | | |

| JÍDLO | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Čekací doba na jídlo | 2 | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| Chuť a kvalita | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| Teplota | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| CELKEM | 10 | 13 | 12 | 12 | 15 | 13 | 13 |
| Maximum 15 bodů | | | | | | | |

| DOSTUPNOST | | | | | | | |
|------------------------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|-----------|----------|
| Dostupnost MHD | 3 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| Dostupnost autem | 1 | 5 | 5 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| Docházková vzdálenost | 3 | 2 | 5 | 1 | 4 | 3 | 1 |
| CELKEM | 7 | 12 | 15 | 6 | 14 | 10 | 9 |
| Maximum 15 bodů | | | | | | | |

| MOŽNOSTI PLATBY | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Hotově | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Platební kartou | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 |
| Stravenky | 5 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| CELKEM | 11 | 15 | 15 | 11 | 15 | 15 | 11 |
| Maximum 15 bodů | | | | | | | |

| POLEDNÍ MENU | | | | | | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Zda mají v nabídce | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Časové rozmezí | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Počet jídel v menu | 4 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Něco navíc či zdarma k menu | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| CELKEM | 15 | 13 | 13 | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Maximum 20 bodů | | | | | | | |

| JÍDELNÍ LÍSTEK | | | | | | | |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Rozsah nabídky jídel | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| Rozsah nabídky nápojů | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| Vizuální styl | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 |
| Přehlednost | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| CELKEM | 15 | 19 | 17 | 14 | 14 | 15 | 15 |
| Maximum 20 bodů | | | | | | | |

| SOCIÁLNÍ ZAŘÍZENÍ | | | | | | | |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|
| Čistota | 1 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| Vybavení sociálního zařízení (dostatek toaletního papíru, mýdla, utěrek) | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 |
| WC pro vozíčkáře | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 |
| CELKEM | 5 | 11 | 10 | 10 | 11 | 15 | 5 |
| Maximum 15 bodů | | | | | | | |

| DALŠÍ SLUŽBY | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Rozvoz jídel | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| Venkovní posezení | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Balení jídla | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Dětský koutek | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 |
| Nabídka pořádání akcí (svatby, promoce, firemní večírky atd.) | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| WIFI | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| CELKEM | 22 | 22 | 18 | 22 | 26 | 26 | 30 |
| Maximum 30 bodů | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| CELKOVÝ POČET DOSAŽENÝCH BODŮ | 140 | 177 | 174 | 172 | 180 | 182 | 162 |
|------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|

Příloha 3 – Fotografie zkoumaných restaurací

Restaurace U Kovárny



U Johana



Místnost Pohádka



Místnost Chalupa



Místnost Zámek

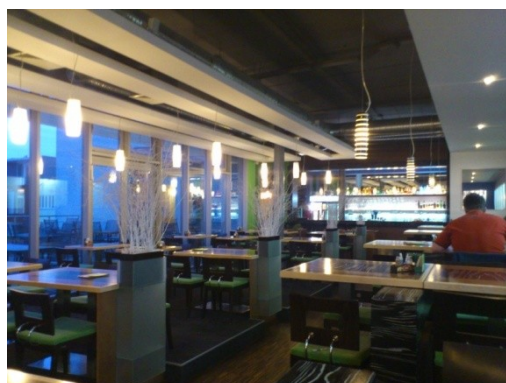


Místnost Kupecký vůz

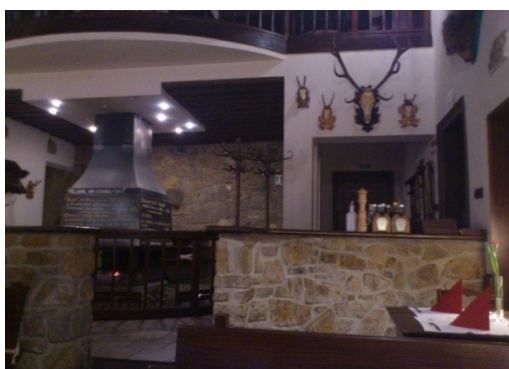


Místnost Rynek

Tam Tam



Koliba U černého medvěda



U Dvou slunečnic



Vyhledka



U Bad'urů

